ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಮತ್ತು ಭಾಷೆ

ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯಕ್ಕೆ ಎಂ.ಫಿಲ್ ಪದವಿಗಾಗಿ
ಸಲ್ಲಿಸಿದ ನಿಬಂಧ

ಸಂಶೋಧನಾ ಅಭ್ಯರ್ಥಿ
ಶ್ವೇತಾ ಆರ್.
ರಿ.ನಂ. KVM BKS / 00339

ಮಾರ್ಗದರ್ಶಕ
ಪ್ರೊ. ಕಿ.ರಂ. ನಾಗರಾಜ

ಕಾವ್ಯಮಂಡಲ
ನಂ. ೧೩/೮೫, ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ವಿದ್ಯಾಲಯ ರಸ್ತೆ
ಬಸವನಗುಡಿ, ಬೆಂಗಳೂರು – ೫೬೦ ೦೦೪

೨೦೦೯

789

789

ದೃಢೀಕರಣ ಪತ್ರ

ಶ್ವೇತಾ ಆರ್. ಅವರು "ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಮತ್ತು ಭಾಷೆ" ಎಂಬ ಶೀರ್ಷಿಕೆಯ ನಿಬಂಧವನ್ನು ನನ್ನ ಮಾರ್ಗದರ್ಶನದಲ್ಲಿ ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಹಂಪಿಯ ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯದ ಎಂ.ಫಿಲ್. ಪದವಿಗಾಗಿ ಸಲ್ಲಿಸುತ್ತಿರುವ ಈ ನಿಬಂಧವನ್ನು ಈ ಮೊದಲು ಯಾವುದೇ ಪದವಿಗಾಗಿ ಸಲ್ಲಿಸಿರುವುದಿಲ್ಲ ಎಂದು ದೃಢೀಕರಿಸುತ್ತೇನೆ.

ದಿನಾಂಕ : 24/9/09

ಪ್ರೊ. ಕಿ.ರಂ. ನಾಗರಾಜ
ಪ್ರಾಧ್ಯಾಪಕ (ನಿವೃತ್ತ)
ಕಾವ್ಯಮಂಡಲ, ಬೆಂಗಳೂರು

789

ಪ್ರಮಾಣ ಪತ್ರ

"ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಮತ್ತು ಭಾಷೆ' ಎಂಬ ಶೀರ್ಷಿಕೆಯ ಈ ನಿಬಂಧವನ್ನು ಎಂ.ಫಿಲ್. ಪದವಿಗಾಗಿ ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯಕ್ಕೆ ಸಲ್ಲಿಸಲು ಪ್ರೊ. ಕಿ.ರಂ. ನಾಗರಾಜ ಅವರ ಮಾರ್ಗದರ್ಶನದಲ್ಲಿ ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಪ್ರಸ್ತುತ ನಿಬಂಧದ ಯಾವುದೇ ಭಾಗವನ್ನು ಈ ಮೊದಲು ಯಾವುದೇ ಪದವಿಗಾಗಲೀ ಅಥವಾ ಇತರ ಉದ್ದೇಶಗಳಿಗಾಗಲೀ ಬಳಸಿಕೊಂಡಿಲ್ಲ ಎಂದು ಈ ಮೂಲಕ ಪ್ರಮಾಣೀಕರಿಸುತ್ತೇನೆ.

ಶ್ವೇತಾ.ಆರ್

ದಿನಾಂಕ : ೨೮-೦೧-೦೯ (ಶ್ವೇತಾ ಆರ್.)

ಪರಿವಿಡಿ

ಅಧ್ಯಾಯ : ೧

ಅಧ್ಯಯನದ ಸ್ವರೂಪ, ಉದ್ದೇಶ ಮತ್ತು ವ್ಯಾಪ್ತಿ

ಅಧ್ಯಾಯ : ೧

ಅಧ್ಯಯನದ ಸ್ವರೂಪ, ಉದ್ದೇಶ ಮತ್ತು ವ್ಯಾಪ್ತಿ

ಮನುಷ್ಯ, ಜೀವ ಜಗತ್ತಿನ ಸೃಷ್ಟಿಯಲ್ಲಿ ಮಿಕ್ಕೆಲ್ಲಾ ಜೀವಿಗಳಿಗಿಂತ ಭಿನ್ನ, ವಿಶಿಷ್ಟ ಹಾಗೂ ಪ್ರಬುದ್ಧ ಜೀವಿ. ಮನುಷ್ಯನಲ್ಲಿರುವ ಬೌದ್ಧಿಕ ಶಕ್ತಿ, ಚಿಂತಿಸುವ ಮತ್ತು ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಿಸುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವೇ ಇದಕ್ಕೆ ಕಾರಣ. ಯಾವ ಜೀವಿಗಳಿಗೂ ಸಾಧ್ಯವಾಗದಂತಹ ಪರಸ್ಪರ ವಿಚಾರ ವಿನಿಮಯ ಮಾಡಬಲ್ಲ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವು ಮಾನವನಿಗೆ ಇದೆ. ಈ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ನಿಸರ್ಗದತ್ತವಾಗಿ, ಸಹಜವಾಗಿ, ಸ್ವಾಭಾವಿಕವಾಗಿ ಬಂದಿರದೆ ಮಾನವ ತನ್ನ ಸ್ವಪ್ರಯತ್ನದಿಂದ ರೂಪಿಸಿಕೊಂಡದ್ದಾಗಿದೆ. ಈ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವೇ ಭಾಷೆ. ಪ್ರಕೃತಿ ಸಹಜವಾದ ಉಸಿರಾಟದ ಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ತನ್ನ ಅಗತ್ಯಗಳಿಗೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಮೂಲಕ ಭಾಷೆಯನ್ನು ರೂಪಿಸಿಕೊಂಡನು. ಭಾಷೆಯು ಉಚ್ಚರಿತ ಯಾದೃಚ್ಛಿಕ ಧ್ವನಿ ಸಂಕೇತಗಳ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಾಗಿದೆ. ಮನುಷ್ಯನ ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಿ ಮಾಧ್ಯಮವಾಗಿದೆ.

ಮನುಷ್ಯ ಹುಟ್ಟಿದಂದಿನಿಂದ ಪ್ರತಿಕ್ಷಣವೂ ಕೂಡಾ ತನ್ನ ಅಭಿಪ್ರಾಯ, ಆಲೋಚನೆ, ನೋವು - ನಲಿವುಗಳನ್ನೆಲ್ಲಾ ಇತರರಿಗೆ ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಿಸಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸುತ್ತಲೇ ಇರುತ್ತಾನೆ. ಇದಕ್ಕಾಗಿ ಬಗೆಬಗೆಯ ಸನ್ನೆ ಸಂಕೇತಗಳನ್ನು ಬಳಸಬಹುದು. ಕಣ್ಣು ಮಿಟುಕಿಸುವುದು, ತಲೆ ಅಲ್ಲಾಡಿಸುವುದು, ಅಳುವುದು ಚಪ್ಪಾಳೆ ತಟ್ಟುವುದು. ಹೀಗೆ ಮುಂತಾದವುಗಳ ಮೂಲಕವೂ ವಿಚಾರ ವಿನಿಮಯ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು. ಆದರೆ ಇವುಗಳಲ್ಲಿ ಯಾವುದೂ ಭಾಷೆಯಷ್ಟು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಲ್ಲ. ಹಾಗಾಗಿ ನಮ್ಮ ಆಲೋಚನೆಗಳನ್ನು ವ್ಯವಸ್ಥಿತವಾಗಿ, ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ವ್ಯಕ್ತಗೊಳಿಸುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಭಾಷೆಗಿದೆ. ಭಾಷೆ ನಮ್ಮ ಜೀವನದಲ್ಲಿ ಉಸಿರಿನಷ್ಟೇ ಸಹಜವೂ ಅನಿವಾರ್ಯವೂ ಆದಂತಹ ಕ್ರಿಯೆಯಾಗಿದೆ. ಭಾಷೆ ಮತ್ತು ಭಾಷೆಯ ಮೂಲಕ ನಡೆಸುವ ವಿಚಾರ ವಿನಿಮಯವು ನೈಸರ್ಗಿಕ ಕ್ರಿಯೆಯಷ್ಟೇ ಸಹಜವೇನೋ ಎಂಬ ಭ್ರಮೆ ಹೊಂದುವಷ್ಟು ಮನುಷ್ಯ ಮತ್ತು ಭಾಷೆಯ ನಡುವೆ ಅವಿನಾಭಾವ ಸಂಬಂಧವಿದೆ.

ಮಾನವ ಏಕಾಂಗಿಯಾಗಿ ಬದುಕಲು ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲ. ಆತ ಸಂಘಜೀವಿ. ತನ್ನ ಆಲೋಚನೆಗಳನ್ನು, ಅನಿಸಿಕೆಗಳನ್ನು ಸಮಾಜದ ಇತರ ಸದಸ್ಯರೊಡನೆ ಹಂಚಿಕೊಂಡು ಅವರೊಂದಿಗೆ ನಿಕಟವಾದ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಹೊಂದಿ ಜೀವನ ನಡೆಸುತ್ತಾನೆ. ಸಮಾಜವಿಲ್ಲದೆ ಮಾನವ ಜೀವಿಸಲಾರ. ತನ್ನ ವ್ಯಕ್ತಿತ್ವ ರೂಪಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲ. ದಿನನಿತ್ಯದ ಅವಶ್ಯಕತೆಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲ. ಹೀಗಾಗಿ ಮಾನವನೂ ಕೂಡಾ ಸಮಾಜದ ಒಂದು ಅಂಗ. ಎಲ್ಲಾ ರೀತಿಯ ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಿ ಕ್ರಮಗಳು ಮಾನವನ ಅಗತ್ಯಗಳಿಗಾಗಿಯೇ ರೂಪುಗೊಂಡವು. ಮಾನವ ಹೇಗೆ ಸಮಾಜದ ಅಂಗವೋ ಹಾಗೆಯೇ ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಿ ಮಾಧ್ಯಮಗಳೂ ಕೂಡಾ

ಸಮಾಜದ ಭಾಗವೇ. ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಿ ಮಾಧ್ಯಮವಾದ ಭಾಷೆ - ಮಾನವ - ಸಮಾಜದ ನಡುವೆ ಅವಿನಾಭಾವವಾದ ಸಂಬಂಧವಿದೆ.

ಸಮಾಜ ಜೀವಿಯಾದ ಮಾನವ ತನಗಾಗುವ ಅನುಭವಗಳನ್ನು ಇತರರೊಂದಿಗೆ ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳಬೇಕೆಂಬ ಹಂಬಲದಿಂದ ಅನೇಕ ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಿ ಮಾಧ್ಯಮಗಳನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿಸಿಕೊಂಡ. ಅವುಗಳಲ್ಲಿ ಸಂಗೀತ, ನೃತ್ಯ, ಶಿಲ್ಪ, ಚಿತ್ರಕಲೆ, ಸಾಹಿತ್ಯ ಭಾಷೆ ಪ್ರಮುಖವಾದವು. ಈ ಐದು ಮಾಧ್ಯಮಗಲ್ಲಿ ಸಂಗೀತ ನಾದದ ಮೂಲಕ, ಚಿತ್ರ ಬಣ್ಣದ ಮೂಲಕ, ಶಿಲ್ಪ ಶಿಲೆಯ ಮೂಲಕ, ನೃತ್ಯ - ಅಭಿನಯದ ಮೂಲಕ ಮತ್ತು ಸಾಹಿತ್ಯ ಭಾಷೆಯ ಮೂಲಕ ಅಭಿವ್ಯಕ್ತವಾಗುತ್ತದೆ. ಆದರೆ ಸಾಹಿತ್ಯವನ್ನು ಹೊರತುಪಡಿಸಿದರೆ ಮಿಕ್ಕೆಲ್ಲಾ ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಿ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಸಮರ್ಥವಲ್ಲ, ಪರಿಪೂರ್ಣವಲ್ಲ. ಪ್ರತಿಯೊಂದಕ್ಕೂ ಅದರದ್ದೇ ಆದ ಇತಿಮಿತಿಗಳಿವೆ. ಕಾರಣ ಅವು ಮೂರ್ತರೂಪದ ಕಲೆಗಳಾದರೂ ಕೂಡಾ ಭಾಷೆಯಷ್ಟು ಸಮರ್ಥವಾಗಿ ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಿ ಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಲಾರವು. ಭಾಷೆಗಿರುವ ಯಾದೃಚ್ಛಿಕತೆ, ಉತ್ಪಾದಕತೆ, ದ್ವಿರೂಪ, ಅಂತರ್ ವಿನಿಮಯ ಕ್ಷಮತೆ, ವಿಶಿಷ್ಟತೆ ಮತ್ತು ಪರ್ಯಾಯ ಬಳಕೆಯೆಂಬ ವಿಶಿಷ್ಟ ಲಕ್ಷಣ ಮತ್ತು ಸಾಮರ್ಥ್ಯವು ಇತರ ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಿ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಿಗಿಲ್ಲ. ಸಾಮಾಜಿಕ ಸಂವಹನದಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖವಾದ ಸ್ಥಾನಹೊಂದಿರುವ ಭಾಷೆಯನ್ನು ಕುರಿತು ಈ ನಿರ್ಬಂಧ ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡುತ್ತದೆ.

ಪರಸ್ಪರ ಸಂಪರ್ಕಕ್ಕಾಗಿ ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಿಕೊಂಡ ಉಚ್ಚರಿತ ಯಾದೃಚ್ಛಿಕ ವ್ಯವಸ್ಥಿತವಾದ ವಿನಿಮಯ ಕ್ರಮವೇ ಸಂವಹನ. ಸಂವಹನ ಕೇವಲ ವ್ಯಕ್ತಿಯ ಆಂತರಿಕ ಅಭೀಪ್ಸೆಗಳನ್ನು ಮಾತ್ರವಲ್ಲದೆ ಒಂದು ಸಮಾಜದ ಅನುಭವಗಳನ್ನು ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಿಸುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ. ಭಾಷೆಯಿಲ್ಲದೆ ಸಂವಹನ ಕ್ರಿಯೆ ಪೂರ್ಣವಾಗಲಾರದು. ಸಮೂಹವನ್ನು - ಸಮಾಜವನ್ನು ವಿಚಾರಗಳು ತಲುಪುವಲ್ಲಿ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಮತ್ತು ಭಾಷೆ ಮಹತ್ವದ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸುತ್ತದೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಭಾಷೆ, ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಇವೆರಡರ ನಡುವಿನ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ ಮಾಡಲಾಗುವುದು.

ಸಂಪರ್ಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಾದ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಮಾನವನ ತಾಂತ್ರಿಕ ಸಾಧನೆಯ ಫಲಿತಗಳು. ಭಾಷೆ ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಿಯ ಮೊದಲ ಮಾಧ್ಯಮವಾದರೆ ಅದನ್ನು ಸಮೂಹಕ್ಕೆ ತಲುಪಿಸುವ ಕೆಲಸವನ್ನು ಈ ಸಂಪರ್ಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಮಾಡುತ್ತವೆ. ಸಮೂಹವನ್ನು ತಲುಪುವ ಕಾರಣ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳೆಂದೂ ಕರೆಯುತ್ತೇವೆ.

ಸಂಪರ್ಕದ ಸಾಧನಗಳಾಗಿ ಪಕ್ಷಿ, ಪ್ರಾಣಿ ಮಾನವರನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದ ಕಾಲವೊಂದಿತ್ತು. ಆದರೆ ಇಂದು ಈ ವಿಶಾಲವಾದ ಜಗತ್ತಿನಲ್ಲಿ ಕೇವಲ ಸೀಮಿತ ಸಾಧನಗಳಿಂದ ಸಂವಹನ ಅಸಾಧ್ಯವಾಗಿದೆ. ಬದಲಾಗುತ್ತಿರುವ ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ವಿಜ್ಞಾನ, ಶಿಕ್ಷಣ, ಕೈಗಾರಿಕೆ, ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಬೆಳೆದಂತೆಲ್ಲಾ ಸಂವಹನದ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳೂ ವಿಸ್ತಾರಗೊಳ್ಳುತ್ತಿವೆ. ಸುಲಭವೂ ಸರಳವೂ ಆಗುತ್ತಿವೆ. ವೈಜ್ಞಾನಿಕತೆಯ ಫಲವಾಗಿ ಅಲ್ಪಾವಧಿಯಲ್ಲಿಯೇ ಅನೇಕ ಸಂಪರ್ಕ ಸಾಧನಗಳು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೊಂಡಿವೆ. ಇದರಿಂದ ಮಾಹಿತಿಯು ಕ್ಷಣಮಾತ್ರದಲ್ಲಿಯೇ ವಿಶ್ವದ ಎಲ್ಲಾ ಭಾಗಗಳಿಗೂ ತಲುಪುತ್ತಿದೆ. ಇಡೀ ಜಗತ್ತು ಪುಟ್ಟ ಗ್ರಾಮವಾಗಿ ಪರಿಣಮಿಸಿದೆ.

ಭಾಷೆಯ ಮೂಲಕವೇ ಅಭಿವ್ಯಕ್ತವಾಗುವ ವ್ಯಕ್ತಿಯ ಅನುಭವಗಳು ಸಮಷ್ಟಿಯ ಅನುಭವವಾಗುವಲ್ಲಿ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಪಾತ್ರ ಅಪಾರ. ಸಮೂಹದ ಸಮಸ್ತರಿಗೂ ಮಾಹಿತಿ ಸಂವಹನಕ್ಕಾಗಿ ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಸಾಧನಗಳೇ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು. ಸಾಮೂಹಿಕವಾದ ಸಂವಹನ ಸಾಧನಗಳೇ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು. ಹಾಗಾಗಿ ಭಾಷೆ, ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಅರ್ಥ, ಸ್ವರೂಪ ಮತ್ತು ವ್ಯಾಪ್ತಿಯನ್ನು ಕುರಿತು ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡಲಾಗುವುದು.

ಇಂದು ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಿಲ್ಲದೆ ದಿನದ ಆರಂಭವೇ ಇಲ್ಲ. ದಿನನಿತ್ಯದ ಜೀವನ ಸಾಗುವುದೇ ಇಲ್ಲ. ಮಾಹಿತಿಯ ಅರಿವು ಎಲ್ಲಾ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳಲ್ಲಿಯೂ ಅಗತ್ಯ. ಈ ಅನಿವಾರ್ಯತೆಗೆ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಒದಗಿಸುವ ಮಾಹಿತಿ, ವಿಚಾರ, ಪ್ರೇರಣೆ, ಪ್ರಭಾವ, ಪ್ರಚೋದನೆಗಳೇ ಕಾರಣ. ಈ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಪತ್ರಿಕೆಗಳು, ರೇಡಿಯೋ, ದೂರದರ್ಶನ ಮತ್ತು ಚಲನಚಿತ್ರವು ಮುಖ್ಯವಾಗಿದ್ದು ಅವುಗಳಲ್ಲಿ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆ ಹೇಗಿದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಅಧ್ಯಯನವು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ.

ಜಾಗತೀಕರಣದ ಪರಿಣಾಮವಾಗಿ ಇಂದು ಜಗತ್ತೇ ಒಂದು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಾಗಿದೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಮಾಧ್ಯಮಗಳೆಲ್ಲಾ ಉದ್ಯಮಗಳಾಗಿ ಪರಿವರ್ತನೆ ಹೊಂದುತ್ತಿವೆ. ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ನಡುವೆಯೇ ಪರಸ್ಪರ ಬಂಡವಾಳ ಹೂಡಿಕೆ ಮತ್ತು ಲಾಭ ಪಡೆಯುವಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಪೈಪೋಟಿ ನಡೆಯುತ್ತಿದೆ. ಇದರಿಂದ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಕೇಂದ್ರ ಬಿಂದುವಾದ ಭಾಷೆಯ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಬಳಕೆ ಮತ್ತು ಅದನ್ನು ತಲುಪಿಸುವ ಮಾರ್ಗಗಳು ಮುಖ್ಯವಾಗುತ್ತವೆ. ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳೂ ತನ್ನದೇ ಆದ ತತ್ವ ಹಾಗೂ ಉದ್ದೇಶ ಹೊಂದಿರುವ ಕಾರಣ ಅವುಗಳ ಭಾಷೆ ಕೂಡಾ ವಿಭಿನ್ನವೂ, ವೈವಿಧ್ಯವೂ ಆಗಿ ಬಳಕೆಯಾಗುತ್ತಿರುವುದನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಲಾಗುವುದು. ವಿವಿಧ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಬಳಕೆಯಾಗುತ್ತಿರುವ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆಯನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಿ ವಿವೇಚಿಸುವುದೇ ಈ ಪ್ರಬಂಧದ ಮುಖ್ಯ ಉದ್ದೇಶವಾಗಿದೆ.

ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಪತ್ರಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಕನ್ನಡ ವೃತ್ತ ಪತ್ರಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಬಳಕೆಯಾಗುತ್ತಿರುವ ಭಾಷೆ, ರೇಡಿಯೋ, ದೂರದರ್ಶನದ ಖಾಸಗೀ ವಾಹಿನಿ ಮತ್ತು ಸರ್ಕಾರಿ ಸ್ವಾಮ್ಯದ ವಾಹಿನಿಗಳಲ್ಲಿನ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆ ಹಾಗೂ ಕನ್ನಡ ಚಲನಚಿತ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಚಿತ್ರಗಳ ಶೀರ್ಷಿಕೆ ಮತ್ತು ಚಿತ್ರಗೀತೆಗಳ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆಯ ಕಡೆಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಗಮನ ಹರಿಸಲಾಗುವುದು.

ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿನ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆಯನ್ನು ಕುರಿತು ಸಾಕಷ್ಟು ಚರ್ಚೆ, ಚಿಂತನೆ, ವಿಚಾರ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಗಳು ನಡೆದಿವೆ. ಆದರೂ ವಿಜ್ಞಾನ - ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದಿಂದಾಗಿ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ನಿರಂತರವಾಗಿ ಬದಲಾವಣೆಗಳಾಗುತ್ತಿರುತ್ತದೆ. ವರ್ತಮಾನದ ತುರ್ತು ಮತ್ತು ಅಗತ್ಯಗಳಿಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಭಾಷೆಯೂ ಕೂಡಾ ಬದಲಾವಣೆ ಹೊಂದುತ್ತಿರುತ್ತದೆ. ಬದಲಾಗುತ್ತಿರುವ ಭಾಷೆಯು ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಕಂಡು ಬರುತ್ತಿರುವ ಬಗೆಯನ್ನು ವಿಚಾರ ಮಾಡುವುದು ಈ ಅಧ್ಯಯನದ ಉದ್ದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಒಂದಾಗಿದೆ. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳನ್ನು ಅವುಗಳ ತಾತ್ವಿಕತೆಗೆ ಮತ್ತು ಉದ್ದೇಶಕ್ಕೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ವಾಚಕ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮ, ಶ್ರವ್ಯ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮ ಹಾಗೂ ದೃಶ್ಯ - ಶ್ರವ್ಯ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳೆಂದು ವರ್ಗೀಕರಿಸಿಕೊಂಡು ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಗೆ ಒಳಗು ಮಾಡಲಾಗುವುದು.

ವಿವಿಧ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿನ ವಿಚಾರ ವೈವಿಧ್ಯತೆ ಮತ್ತು ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳ ವೈವಿಧ್ಯತೆಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಭಾಷಾ ಬಳಕೆಯಲ್ಲಿನ ವೈವಿಧ್ಯತೆಯನ್ನು ಗುರುತಿಸಲಾಗುವುದು. ವರ್ತಮಾನದ ಬದುಕಿಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿರುವ ಕನ್ನಡ ಭಾಷಾ ಬಳಕೆಯನ್ನು ಸ್ಥೂಲವಾಗಿ ವಿವರಿಸಲಾಗುವುದು. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಪತ್ರಿಕಾ ಮಾಧ್ಯಮದಲ್ಲಿ ವೃತ್ತ ಪತ್ರಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಕನ್ನಡ ಭಾಷಾ ಬಳಕೆಯ ವೈವಿಧ್ಯತೆ, ವಿಶಿಷ್ಟತೆ ಮತ್ತು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಬಳಕೆಯನ್ನು ಕುರಿತು ವಿವೇಚಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ರೇಡಿಯೋ ಶ್ರವ್ಯ ಮಾಧ್ಯಮವಾಗಿರುವ ಕಾರಣ ಭಾಷೆಯ ಕೇಳುವಿಕೆಗೇ ಇಲ್ಲಿ ಮಹತ್ವ ಹೆಚ್ಚು. ಇಂದು ಖಾಸಗೀ ರೇಡಿಯೋ ವಾಹಿನಿಗಳ ಅಬ್ಬರ ಹೆಚ್ಚಿದ್ದು ಅವು ಜನರನ್ನು ಆಕರ್ಷಿಸಲು ಬಳಸುತ್ತಿರುವ ಭಾಷೆಯ ಮಾದರಿ, ಭಾಷಾ ಬಳಕೆಯಲ್ಲಿ ತೋರುತ್ತಿರುವ ಹೊಸತನ, ಹೊಸ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳನ್ನು ಸಹಾ ಗುರುತಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಚಿತ್ರದೊಂದಿಗೆ ಧ್ವನಿಯನ್ನು ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡುವ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮವಾದ ದೂರದರ್ಶನ ಮನರಂಜನೆ ಮತ್ತು ಸೃಜನಶೀಲ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳಲ್ಲಿ ಬಳಸುತ್ತಿರುವ ಭಾಷೆಯ ಸ್ವರೂಪ, ದೃಶ್ಯ - ಶ್ರವ್ಯ ಎರಡರಲ್ಲೂ ಭಾಷೆಯ ಸ್ಥಾನ, ತಾಂತ್ರಿಕತೆಯಿಂದ ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿ ಉಂಟಾಗುತ್ತಿರುವ ಪಲ್ಲಟಗಳನ್ನು ಸೋದಾಹರಣವಾಗಿ ವಿವರಿಸಲಾಗುವುದು. ಚಲನಚಿತ್ರವು ಜನಪ್ರಿಯ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮವಾಗಿದ್ದು ಇಂದು ಕನ್ನಡ ಚಲನಚಿತ್ರಗಳ ಶೀರ್ಷಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಚಿತ್ರಗೀತೆಗಳಲ್ಲಿ ಭಾಷೆಯ ವೈವಿಧ್ಯಮಯವಾಗಿ ಕಂಡುಬರುತ್ತಿವೆ. ಚಲನಚಿತ್ರಗಳ ಶೀರ್ಷಿಕೆ ಮತ್ತು ಗೀತೆಗಳ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯಲ್ಲಿ ಭಾಷೆಯ ಪ್ರಯೋಗಗಳನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಗೆ ಒಳಪಡಿಸಲಾಗುವುದು.

ಭಾಷೆ, ಸಮಾಜ ಮತ್ತು ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಪರಸ್ಪರ ಸಂಬಂಧ ಹೊಂದಿರುವಂತಹವು. ಭಾಷೆಯ ಸಾಮಾಜಿಕ ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಉಂಟಾಗುತ್ತಿರುವ ಬದಲಾವಣೆಗಳು ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿಯೂ ಕಂಡು ಬರುತ್ತವೆ. ಅಲ್ಲದೆ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ನಡೆಯುವ ಭಾಷಿಕ ಪಲ್ಲಟಗಳು, ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳು ಸಮಾಜದಲ್ಲೂ ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿ, ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳುಂಟಾಗುವಲ್ಲಿ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಪಾತ್ರವನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ ಮಾಡಲಾಗುವುದು. ಭಾಷೆಯ ಆಧುನೀಕರಣ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಪಾತ್ರ. ಅದು ಸಮಾಜದ ಮೇಲೆ ಉಂಟು ಮಾಡುತ್ತಿರುವ ಪರಿಣಾಮ ಅದರೊಂದಿಗೆ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಭಾಷೆ ಜನಭಾಷೆಯಾಗಿ, ಜನರ ಭಾಷೆಯನ್ನು ಪ್ರತಿನಿಧಿಸುತ್ತಿರುವ ಕಡೆಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಒತ್ತು ನೀಡಲಾಗುವುದು. ಭಾಷೆಯ ಆಧುನೀಕರಣ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಶಬ್ದಕೋಶದ ವಿಸ್ತರಣೆ, ಆಧುನೀಕರಣ, ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳನ್ನು ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಭಾಷಿಕ ಬಳಕೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ವಿವೇಚಿಸಲಾಗುವುದು.

ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಮತ್ತು ಭಾಷೆಯನ್ನು ಇಂದು ತೀವ್ರವಾಗಿ ಪ್ರಭಾವಿಸುತ್ತಿರುವ ಮತ್ತೊಂದು ಘಟಕವೆಂದರೆ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು. ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಇಂದು ಇಡೀ ಜಗತ್ತನ್ನು ನಿಯಂತ್ರಿಸಿ ನಿರ್ದೇಶಿಸುತ್ತಿರುವ ಆರ್ಥಿಕ ಶಕ್ತಿಯೆನಿಸಿವೆ. ಈ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು, ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಮತ್ತು ಭಾಷೆ ಪರಸ್ಪರ ಪೂರಕವಾದ - ಬಿಡಿಸಲಾಗದ ಸಂಬಂಧ ಹೊಂದಿದ್ದುವಾಗಿವೆ. ಒಂದರ ಹೊರತಾಗಿ ಮತ್ತೊಂದರ ಅಸ್ತಿತ್ವವಿಲ್ಲ. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಜಾಹೀರಾತುಗಳ ಪ್ರಭಾವ, ಪಾತ್ರ ಹಿರಿದಾದುದು. ಈ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಕನ್ನಡ ಜಾಹೀರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆಯನ್ನು ಮತ್ತು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ತಲುಪುವಿಕೆಯನ್ನು ಕುರಿತು ಸ್ಥೂಲವಾಗಿ ವಿವರಿಸುವ ಪ್ರಯತ್ನ ಮಾಡಲಾಗುವುದು.

ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಗೆ ಅದರದ್ದೇ ಆದ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯವಿದೆ. ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಗಿರುವ ಸೊಗಸು - ಸೊಗಡು ಅದಕ್ಕೆ ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಪ್ರತ್ಯೇಕ ಸ್ಥಾನವನ್ನು ನೀಡಿದೆ. ಇಂತಹ ಒಂದು ಪ್ರಬಲವಾದ, ವಿಶಿಷ್ಟವಾದ ಭಾಷಾ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ದುಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿರುವ ಬಗೆಯನ್ನು ಗುರುತಿಸಲಾಗುವುದು. ಅಲ್ಲದೆ ಇಂದು ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿ ಕಂಡು ಬರುತ್ತಿರುವ ಮಹತ್ತರವಾದ ಬದಲಾವಣೆಗಳಲ್ಲಿ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ವಹಿಸುತ್ತಿರುವ ಪಾತ್ರವನ್ನು ಶೋಧಿಸುವ ಪ್ರಯತ್ನ ಮಾಡಲಾಗುವುದು. ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ಅನನ್ಯತೆ, ಭಾಷೆಯ ಬೆಳವಣಿಗೆ, ಎದುರಿಸುತ್ತಿರುವ ಸವಾಲುಗಳು, ಮೊದಲಾದವುಗಳನ್ನು ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ ಮಾಡುವುದು, ಅಧ್ಯಯನಕ್ಕೆ ಒಳಗು ಮಾಡುವುದು ಈ ಪ್ರಸ್ತುತ ನಿರ್ಬಂಧದ ಮುಖ್ಯ ಉದ್ದೇಶವಾಗಿದೆ.

ಅಧ್ಯಾಯ : ೨

ಭಾಷೆ ಮತ್ತು ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಅರ್ಥ, ಸ್ವರೂಪ ಮತ್ತು ಸಂಬಂಧ

೧. ಭಾಷೆ : ಅರ್ಥ, ವ್ಯಾಖ್ಯೆ ಮತ್ತು ಸ್ವರೂಪ

೨. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಅರ್ಥ, ವ್ಯಾಖ್ಯೆ ಮತ್ತು ಸ್ವರೂಪ

೩. ಭಾಷೆ ಮತ್ತು ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ನಡುವಿನ ಸಂಬಂಧ ಸ್ವರೂಪ

ಭಾಷೆ ಮತ್ತು ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಅರ್ಥ, ಸ್ವರೂಪ ಮತ್ತು ಸಂಬಂಧ

೧. ಭಾಷೆ : ಅರ್ಥ, ವ್ಯಾಖ್ಯೆಗಳು ಮತ್ತು ಸ್ವರೂಪ

ಮಾನವ ಆರಂಭದ ಹಂತದಲ್ಲಿ ತನ್ನ ಮನದಲ್ಲಿ ಮೂಡುವ ಬಗೆ ಬಗೆಯ ಭಾವನೆಗಳನ್ನು ವಿವಿಧ ಸನ್ನೆ ಸಂಕೇತಗಳ ಮೂಲಕ ಮಾತ್ರವೇ ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಿಸುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಹೊಂದಿದ್ದ. ಕಿರುಚುವುದು, ಅಳುವುದು, ನಗುವುದು ಹೀಗೆ ಕೇವಲ ಸನ್ನೆ ಸಂಕೇತಗಳೇ ಸಾಧನಗಳಾಗಿದ್ದವು. ಆದರೆ ಮುಂದೆ ನಿರಂತರ ಪರಿಶ್ರಮ ಮತ್ತು ಪ್ರಯತ್ನಗಳ ಫಲವಾಗಿ ಸಮರ್ಥ ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಿ ಸಾಧನವಾದ ಭಾಷೆಯನ್ನು ತನ್ನದಾಗಿಸಿಕೊಂಡ. ಮಾನವನ ಮನಸ್ಸನ್ನು ಅರಳಿಸುವ, ಆನಂದಗೊಳಿಸುವ, ಸಮಾಧಾನಗೊಳಿಸುವ ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಿಸುವ, ಪ್ರಚೋದಿಸುವ, ಕ್ರಿಯಾಶೀಲಗೊಳಿಸುವ ಎಲ್ಲವನ್ನೂ ಸಾಧ್ಯಗೊಳಿಸುವ ಶಕ್ತಿ ಭಾಷೆಗಿದೆ. ಭಾಷೆ ಮನುಷ್ಯನ ಅತ್ಯಮೂಲ್ಯ ಆಸ್ತಿಯಾಗಿದೆ.

ಭಾಷೆ ಸನ್ನೆ ಸಂಕೇತಗಳೊಂದಿಗೆ ಉಚ್ಚರಿತ ಧ್ವನಿಗಳಿಂದ ಕೂಡಿದ ಒಂದು ವ್ಯವಸ್ಥೆ. ವ್ಯವಸ್ಥಿತವಾದ ಧ್ವನಿ ಸಂಕೇತಗಳು ಒಂದು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಸಮುದಾಯದಿಂದ ಒಪ್ಪಿತವಾದವುಗಳಾಗಿರುತ್ತವೆ. ಭಾಷೆ ಎಂದ ಕೂಡಲೇ ಬರೆಯುವ, ಲಿಪಿಬದ್ಧವಾದದ್ದು ಎಂಬ ಭಾವನೆ ಜನರಲ್ಲಿದೆ. ಲಿಪಿ ಮಾತ್ರವೇ ಭಾಷೆಯಲ್ಲ. ಆಡುವ ನುಡಿಯೇ ನಿಜವಾದ ಭಾಷೆ. ಭಾಷೆ ಕುರಿತು ಅನೇಕ ವಿದ್ವಾಂಸರು ತಮ್ಮದೇ ಆದ ಅಭಿಪ್ರಾಯವನ್ನು ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸಿದ್ದಾರೆ.

ಭಾಷೆ ಮಾನವನ ಬಾಳಿನಲ್ಲಿ ಅವನ ಉಸಿರಿನಂತೆಯೇ ಬೆರೆತು ಹೋಗಿರುವ ಒಂದು ನೈಸರ್ಗಿಕ ಶಕ್ತಿ. ಉಸಿರಾಡುವಿಕೆ, ನೋಡುವಿಕೆ, ದೇಹದ ರಕ್ತಪರಿಚಲನೆಯಷ್ಟೇ ಸಹಜವಾದಂತಹ ನೈಸರ್ಗಿಕ ಕ್ರಿಯೆಯಾಗಿದೆ. ಭಾಷೆಯಿಲ್ಲದ ಮನುಷ್ಯನ ಜೀವನ ಕಲ್ಪನೆಗೂ ಅಸಾಧ್ಯ ಎಂದು ಹೇಳುತ್ತಾ ಅಲಂಕಾರಿಕನಾದ ದಂಡಿ "ಭಾಷೆಯೆಂಬ ಬೆಳಕು ಜೀವನದ ಉದ್ದಕ್ಕೂ ಬೆಳಗದಿದ್ದರೆ ಲೋಕವೆಲ್ಲವೂ ಕತ್ತಲಿನಿಂದ ತುಂಬಿಹೋಗುತ್ತಿತ್ತು"[೧] ಎಂದಿದ್ದಾನೆ.

ಜಗತ್ತಿನಾದ್ಯಂತ ಅನೇಕ ಭಾಷಾ ವಿಜ್ಞಾನಿಗಳು ಭಾಷೆಯನ್ನು ಕುರಿತ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಗಳನ್ನು ನೀಡುವ ಮೂಲಕ ಸೂತ್ರ ರೂಪದಲ್ಲಿ ಹಿಡಿಡುವ ಪ್ರಯತ್ನ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ. "ಧ್ವನಿ ಸಂಕೇತಗಳಿಂದ ಮಾನವನ ವಿಚಾರಗಳನ್ನು ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಿಸುವ ಸಾಧನ ಭಾಷೆ"[೨] ಎಂದು ಪ್ಲೇಟೋ ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಡುತ್ತಾರೆ. ಎಡ್ವರ್ಡ ಸಫೀರ್‌ರವರು "ತಮ್ಮ ಭಾವ ಭಾವನೆಗಳನ್ನು ಭಾವಾವೇಶಗಳನ್ನು, ಬಯಕೆಗಳನ್ನು ಸ್ವಪ್ರೇರಿತ ಧ್ವನಿ ಸಂಕೇತಗಳಿಂದ ಮನುಷ್ಯರು ಇನ್ನೊಬ್ಬರಿಗೆ ತಿಳಿಸುವ ವಿಧಾನವೇ ಭಾಷೆ"[೩] ಎಂದಿದ್ದಾರೆ. ಇವರಿಬ್ಬರ ಅಭಿಪ್ರಾಯದ ಪ್ರಕಾರ ಭಾಷೆ ಕೇವಲ ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಿಸುವ ಸಾಧನವಾಗಿ ಏಕಮುಖವಾಗಿದೆ. ಭಾಷೆಯ ಒಂದು ಕ್ರಿಯೆ ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಿಯಾದರೆ ಅದನ್ನು ಸಮರ್ಥವಾಗಿ ಅರ್ಥೈಸಿಕೊಳ್ಳುವುದೂ ಭಾಷಾ ಬಳಕೆಯಲ್ಲಿ ಮುಖ್ಯ. ಭಾಷೆ ಪರಸ್ಪರ ಅರಿವಿಗೆ, ಸಂಪರ್ಕಕ್ಕೆ,

ವಿಚಾರ ವಿನಿಮಯಕ್ಕೆ ಸಾಧನವಾಗಬೇಕು. "ಭಾಷೆ ಮನುಷ್ಯರು ತಮ್ಮ ಆಲೋಚನೆಗಳನ್ನು ಇತರರಿಗೆ ತಿಳಿಸುವ ಸಲುವಾಗಿ ಉದ್ದೇಶಪೂರ್ವಕವಾಗಿ ಬಳಸಿಕೊಂಡ ಸಾಧನ"[೪] ಎಂದು ವ್ಹಿಟ್ನಿ ಹೇಳುತ್ತಾರೆ. ಇವರ ಅಭಿಪ್ರಾಯವನ್ನೇ ಬೆಂಬಲಿಸುತ್ತಾ ಎರ್ಡಮಾನ್ "ಭಾಷೆ ಒಂದು ಬಗೆಯ ಸಾಧನ. ಅದು ಮನುಷ್ಯರ ವಿಶಿಷ್ಟ ಆಲೋಚನೆಗಳಿಗೆ ನೆರವಾಗುವ ಒಂದು ಅಂಗ"[೫] ಎಂದಿದ್ದಾರೆ. ಇವರು ಭಾಷೆಯ ಅಭಿಪ್ರಾಯ ವಿನಿಮಯದೊಂದಿಗೆ ಭಾಷೆ ಮತ್ತು ಆಲೋಚನೆಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ವಿಚಾರವನ್ನು ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸುತ್ತಾರೆ.

ಈ ಎಲ್ಲಾ ವಿದ್ವಾಂಸರ ಅಭಿಪ್ರಾಯವನ್ನು ಗಮನಿಸಿದಾಗ ಭಾಷೆಯನ್ನು ವೈಯಕ್ತಿಕ ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಮಾತ್ರವೇ ಅರ್ಥೈಸುವ ಪ್ರಯತ್ನ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ. ಆದರೆ ಭಾಷೆ ವೈಯಕ್ತಿಕವಲ್ಲ. ವ್ಯಕ್ತಿ ಭಾಷೆ ಬಳಸಿದರೂ ವ್ಯಕ್ತಿ, ಮತ್ತು ಭಾಷೆ ಸಮಾಜದ ಅಂಗಗಳು. ಭಾಷೆ ಮತ್ತು ಸಮಾಜದ ನಡುವೆ ಅವಿನಾಭಾವ ಸಂಬಂಧವಿದೆ. ಭಾಷೆ ಸಮಾಜವನ್ನು ಸಮಾಜ ಭಾಷೆಯನ್ನು ಪರಸ್ಪರ ಪ್ರಭಾವಿಸುತ್ತಿರುತ್ತದೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಸ್ಟುರ್ಟವೆಂಟ್ ಮತ್ತು ಬ್ಲಾಕ್ ಅಂಡ್ ಟ್ರ್ಯಾಗರ್‌ರವರ ಭಾಷೆ ಕುರಿತಾದ ಅಭಿಪ್ರಾಯವು ಹೆಚ್ಚು ಅರ್ಥಪೂರ್ಣವಾದುದೆಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಡಲಾಗಿದೆ.

'Language is a system of arbitrary vocal symbols by which members of a society act and react' ಎಂದು ಸ್ಟುರ್ಟವೆಂಟ್‌ರವರೂ 'Language is a system of arbitrary vocal symbols by means of which a social group co-operates' ಎಂದು ಬ್ಲಾಕ್ ಅಂಡ್ ಟ್ರ್ಯಾಗರ್‌ರವರು ಹೇಳುತ್ತಾರೆ. "ಒಂದು ಸಮಾಜದ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳು ಪರಸ್ಪರ ವ್ಯವಹಾರಕ್ಕಾಗಿ ಬಳಸುವ ಸ್ವತಂತ್ರ ಧ್ವನಿ ಸಂಕೇತಗಳ ಒಂದು ವ್ಯವಸ್ಥೆಯೇ ಭಾಷೆ"[೬] ಎಂಬ ಅತ್ಯಂತ ಸರಳವೂ ಅಡಕವೂ ಆದ ಸ್ಟುರ್ಟವೆಂಟ್, ಬ್ಲಾಕ್ ಅಂಡ್ ಟ್ರ್ಯಾಗರ್‌ರವರ ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಹೆಚ್ಚು ಸಮಂಜಸವಾದುದಾಗಿದೆ. ಇವರೀರ್ವರ ಅಭಿಪ್ರಾಯದ ಮೇರೆಗೆ ಭಾಷೆಯ ನಾಲ್ಕು ಪ್ರಧಾನವಾದ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ.

೧. ಭಾಷೆ ಒಂದು ವ್ಯವಸ್ಥೆ

೨. ಭಾಷೆ ಸಂಕೇತಗಳ ವ್ಯವಸ್ಥೆ

೩. ಭಾಷೆ ಉಚ್ಚರಿತ ಸಂಕೇತಗಳ ವ್ಯವಸ್ಥೆ

೪. ಭಾಷೆ ಯಾದೃಚ್ಛಿಕ ಉಚ್ಚರಿತ ಸಂಕೇತಗಳ ವ್ಯವಸ್ಥೆ

ಭಾಷೆ ಯಾದೃಚ್ಛಿಕವಾಗಿ ಉಚ್ಚರಿತಗೊಂಡ ಧ್ವನಿ ಸಂಕೇತಗಳ ಒಂದು ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಾಗಿದ್ದು, ಈ ಧ್ವನಿ ಸಂಕೇತಗಳಿಗೆ ಅದನ್ನು ಒಪ್ಪಿಕೊಂಡ ಸಮಾಜದಿಂದ ಬೆಲೆ ಬರುತ್ತದೆ. ಹಾಗಿಲ್ಲದಿದ್ದರೆ ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿನ ಸಂಕೇತಗಳಿಗೆ ಯಾವುದೇ ಅರ್ಥವಿಲ್ಲ. ಹೀಗೆ ಭಾಷೆ - ಸಮಾಜ - ಸಮೂಹದ ನಡುವೆ ಅವಿನಾಭಾವ ಸಂಬಂಧವಿದೆ.

ಹಾಕೆಟ್ ಎಂಬ ವಿದ್ವಾಂಸರು ಭಾಷೆಯ ಏಳು ಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸುವ ಮೂಲಕ ಭಾಷೆಯ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯತೆಯನ್ನು ವಿವರಿಸಿದ್ದಾರೆ.

೧. ದ್ವಿರೂಪ **(Duality) :** ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಭಾಷೆಯೂ ಎರಡು ಸ್ತರಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ. ಮೊದಲ ಸ್ತರ ಧ್ವನಿ ಘಟಕಗಳ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಾದ ಧ್ವನಿಮಾ, ಇವು ಅರ್ಥವಿಲ್ಲದ ಘಟಕ. ಎರಡನೆಯ ಸ್ತರ ಧ್ವನಿಮಾಗಳ ಅರ್ಥಪೂರ್ಣ ಹೊಂದಾಣಿಕೆಯ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಾದ ಆಕೃತಿಮಾ. ಇವುಗಳಿಗೆ ಅರ್ಥವಿರುತ್ತದೆ.

೨. **ಉತ್ಪಾದಕತೆ (Productivity) :** ಭಾಷೆಯ ರಚನಾಂಗಗಳನ್ನು ಸೇರಿಸಿ ಹೊಸ ಹೊಸ ಶಬ್ದಗಳನ್ನು ಹೊರಡಿಸಲು ಸಾಧ್ಯ. ಈ ಹೊಸ ಶಬ್ದಗಳನ್ನು ಆಡುವವರಾಗಲೀ, ಕೇಳುವವರಾಗಲೀ ಈ ಹಿಂದೆ ಹೇಳಿಲ್ಲದಿರಬಹುದು, ಕೇಳಿಲ್ಲದಿರಬಹುದು. ಆದರೂ ಈ ಹೊಸ ಶಬ್ದಗಳು ಕಷ್ಟವಿಲ್ಲದೆ ಅರ್ಥವಾಗುತ್ತದೆ. ಭಾಷೆಯ ಈ ಗುಣವೇ ಉತ್ಪಾದಕತೆ. ಉತ್ಪಾದಕತೆಯ ಗುಣದಿಂದಲೇ ಭಾಷೆ ನಿರಂತರವಾಗಿ ತನ್ನ ಪದಕೋಶವನ್ನು ವಿಸ್ತರಿಸಿಕೊಂಡು ಬೆಳೆಯುತ್ತಿರುತ್ತದೆ.

೩. **ಯಾದೃಚ್ಛಿಕತೆ (Arbitrariness) :** ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿ ಉಚ್ಚರಿತವಾಗುವ ಶಬ್ದಸಮೂಹಕ್ಕೂ ಅದರಿಂದ ಸೂಚಿತವಾಗುವ ಅರ್ಥಕ್ಕೂ ಸಹಜ ಸಂಬಂಧವಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಇದರಿಂದಲೇ ಜಗತ್ತಿನಲ್ಲಿ ಒಂದೇ ವಿಧದ ಭಾಷೆಯಿಲ್ಲದೆ ಇರುವುದು. ಅಲ್ಲದೇ ಒಂದೇ ವಸ್ತುವನ್ನು ಸೂಚಿಸಲು ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿಯೂ ಬೇರೆ ಬೇರೆ ಹೆಸರನ್ನು, ಪದವನ್ನು ಬಳಸುವುದು.

೪. **ಅಂತರ್ ವಿನಿಮಯ ಕ್ಷಮತೆ (Interchange ability) :** ಭಾಷೆಯನ್ನು ಬಳಸುವವರು ಆ ಭಾಷೆಯ ಚೌಕಟ್ಟಿನೊಳಗೇ ಮಾತನಾಡುವ, ಬರೆಯುವ, ಹೇಳುವ, ಕೇಳುವ ಕ್ರಿಯೆಗಳನ್ನು ನಡೆಸಬೇಕು. ಪರಸ್ಪರ ವ್ಯವಹಾರ ನಡೆಸಬೇಕು. ಭಾಷೆಯನ್ನು ಅರ್ಥೈಸಿಕೊಳ್ಳಲು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಭಾಷೆಯ ಜ್ಞಾನದ ಜೊತೆಗೆ ಪ್ರಾಪಂಚಿಕ ಅರಿವು ಅಗತ್ಯ. ಆಗ ಮಾತ್ರ ಭಾಷೆಯ ಸೂಚಿತ ಅರ್ಥಗಳು ತಿಳಿಯುತ್ತವೆ. ಭಾಷೆಯ ಈ ಗುಣವೇ ಭಾಷೆಯ ಮೂಲಕ ಮಾನವನ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು ನಿರಂತರವಾಗಿ ವಿಕಾಸಗೊಳ್ಳಲು ಕಾರಣ.

೫. **ವಿಶಿಷ್ಟತೆ (Specialization) :** ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಭಾಷೆಯೂ ತನ್ನ ರಚನೆ ಮತ್ತು ಅರ್ಥಗಳ ಚೌಕಟ್ಟಿನೊಳಗೇ ವಿಚಾರ ವಿನಿಮಯ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯತೆ ಹೊಂದಿದೆ. ಉಕ್ತವಾಗುವ ಮಾತು, ಕ್ರಿಯೆ ಮತ್ತು ಅರ್ಥಗಳಿಗೆ ನೇರವಾದ ಭೌತಿಕವಾದ ಸಂಬಂಧವು ಇಲ್ಲವಾದರೂ ಸಮಾಜದ ಒಪ್ಪಿತ ಅಂಶಗಳು ಅರ್ಥೈಸುವಿಕೆಗೆ ಸಹಾಯಕವಾಗುತ್ತವೆ.

೬. **ಪರ್ಯಾಯ ಬಳಕೆ (Displacement) :** ವಸ್ತು, ವ್ಯಕ್ತಿ ಮತ್ತು ವಿಷಯಗಳನ್ನು ಕಂಡಿಲ್ಲದಿದ್ದರೂ, ಪ್ರತ್ಯಕ್ಷವಾಗಿಲ್ಲದಿದ್ದರೂ, ಮೂರ್ತವಲ್ಲದ ವಿಚಾರಗಳನ್ನೂ ಭಾಷೆಯ ಮೂಲಕ ಸೂಚಿಸಿ ಅರ್ಥ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಸಾಧ್ಯ. ವಸ್ತು, ವ್ಯಕ್ತಿ, ವಿಷಯ, ಕ್ರಿಯೆಗಳನ್ನು ಪರ್ಯಾಯವಾಗಿ ಭಾಷೆ ಬಳಕೆಯಿಂದ ಅರ್ಥೈಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಸಾಧ್ಯ.

೭. **ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಪ್ರಸರಣ (Cultural Transmission) :** ಭಾಷೆ ದೈವದತ್ತವಲ್ಲ, ಅನುವಂಶೀಯವಲ್ಲ, ರಕ್ತಗತವಲ್ಲ, ಅನುಕರಣೆಯಿಂದ ಕಲಿಕೆಯಿಂದ ನಿರಂತರವಾದ ಪ್ರಯತ್ನದ ಫಲವಾಗಿ ವ್ಯಕ್ತಿಗೆ ಲಭಿಸುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ. ಭಾಷೆಯ ಮೂಲಕವೇ ತನ್ನ ಸಮಾಜದ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ವಿಚಾರಗಳನ್ನು ಅರಿಯುವ ಜೊತೆಗೆ, ವಿನಿಮಯ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದಲ್ಲದೆ ಮುಂದಿನ ಪೀಳಿಗೆಗೂ ಪ್ರಸರಿಸುತ್ತಾನೆ.

ಈ ಏಳು ಪ್ರಮುಖವಾದ ಅಂಶಗಳು ಮಾನವನ ಭಾಷೆಯ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯತೆಗಳಾಗಿದ್ದು ಸಂವಹನ ಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸುತ್ತವೆ. ವ್ಯಕ್ತಿ - ಭಾಷೆ - ಮತ್ತು ಸಮಾಜದ ನಡುವೆ ಅವಿನಾಭಾವ ಸಂಬಂಧವಿದ್ದು, ಭಾಷೆ ಮತ್ತು ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ನಡುವಿನ ಸಂಬಂಧವನ್ನರಿಯಲು ಈ ಅಂಶಗಳು ಪೂರಕವಾಗಿವೆ.

೨. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು : ಅರ್ಥ, ವ್ಯಾಖ್ಯೆ ಮತ್ತು ಸ್ವರೂಪ

ಮಾನವ ಸಂಘ ಜೀವಿ, ಸಾಂಘಿಕತೆ ಆತನ ಮೂಲಭೂತ ಗುಣ. ಸಾಮಾಜಿಕ ಕ್ರಿಯೆಗಳಲ್ಲಿ ಆತನ ಪಾತ್ರ ಮುಖ್ಯವಾದುದು. ಸಾಮಾಜಿಕ ಜೀವನದಲ್ಲಿ ಮಾತ್ರವೇ ಸಂತೋಷದ ಸಹಬಾಳ್ವೆ ಅಡಗಿದೆ. ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಸಹಬಾಳ್ವೆ ನಡೆಸಲು ಸಾಮಾಜಿಕವಾಗಿ ಸಮನ್ವಯತೆ ಸಾಧಿಸಲು ಸಂವಹನ ಕ್ರಿಯೆ ಅಗತ್ಯ. ಭಾಷೆಯ ಮೂಲಕ ನಡೆಯುವ ಸಂವಹನ ಕ್ರಿಯೆ ಮಾತ್ರ ಪರಿಪೂರ್ಣವಾದುದು. ಸಂವಹನವೇ ಭಾಷೆಯ ಮೂಲಭೂತ ಗುಣ.

ಗಾರ್ಬನರ್‌ರವರ ಪ್ರಕಾರ "ಸಂವಹನ ಸುದ್ದಿ ಸಮಾಚಾರಗಳ ವಿನಿಮಯ, ಸುದ್ದಿಯ ನಿಯಾಮಾನುಸಾರ ಸಾಂಕೇತಿಕ ಅಥವಾ ಘಟನೆಯ ಭಾವಾಭಿವ್ಯಕ್ತಿ ಮತ್ತು ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯ ಅಂಶಗಳ ಸಂಬಂಧ"[೭] ಎಂದಿದ್ದಾರೆ. ಸುದ್ದಿಯ, ವಿಚಾರಗಳ ಪರಸ್ಪರ ವಿನಿಮಯ ಕ್ರಮವಿದು. ವ್ಯಕ್ತಿಯ ಆಂತರಿಕ ಮತ್ತು ಬಾಹ್ಯ ಅನಿಸಿಕೆಯ ವಿನಿಮಯವು ಅರ್ಥವತ್ತಾದ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಜರುಗುವ ಮೌಖಿಕ ಇಲ್ಲವೇ ಬರಹದ ಸಂಭಾಷಣಾ ವಿಧಾನವೇ ಸಂವಹನ. ವೈಯಕ್ತಿಕ ಅಥವಾ ಸಾಮೂಹಿಕ ವಿಚಾರ ವಿನಿಮಯವೇ ಸಂವಹನ ಕ್ರಿಯೆಯ ವಸ್ತು ಮತ್ತು ಸಾರ. ಲುಂಡ್ ಬರ್ಗ್‌ರವರ ಪ್ರಕಾರ "ಸಂವಹನ ಒಂದು ಸರಳ ನೈಸರ್ಗಿಕ ಕ್ರಿಯೆ. ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ. ಅದು ಸಂಕೇತಗಳ ಮೂಲಕ ಮಾತ್ರವೇ ಘಟಿಸುವುದು. ಸಂಕೇತಗಳು ಆಂಗಿಕ, ಪಾಕ್ಷಕ, ಮೌಖಿಕ ಅಥವಾ ಮಾನಸಿಕ ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಿಯ ಮೂಲಕ ಪೂರ್ಣತೆಯನ್ನು ಪಡೆಯುವ ಕ್ರಮ"[೮] ಎಂದಿದ್ದಾರೆ. ಸಂವಹನದ ಅರ್ಥ ಕುರಿತು ವಿವರಿಸುತ್ತಾ ಡಿ.ವಿ. ಪರಮಶಿವಮೂರ್ತಿಯವರು "ಸಂವಹನ ಎಂದರೆ ಒಂದು ಕಡೆಯಿಂದ ಮತ್ತೊಂದು ಕಡೆಗೆ ಅಥವಾ ಒಬ್ಬರಿಂದ ಮತ್ತೊಬ್ಬರಿಗೆ ವಿವಿಧ ರೀತಿಯ ಸಂಕೇತಗಳ ಮೂಲಕ ವಿಚಾರಗಳು ಹರಡುವ ರೀತಿ. ವಿವಿಧ ರೀತಿಯ ಸಂಕೇತಗಳ ಮೂಲಕ ಎಂದರೆ ಅಕ್ಷರಗಳ ಮೂಲಕ - ಶಬ್ದಗಳ ಮೂಲಕ ಅಥವಾ ದೃಶ್ಯಗಳ ಮೂಲಕವೂ ಆಗಬಹುದು"[೯] ಎಂದಿದ್ದಾರೆ.

ಒಟ್ಟಾರೆ ಸಂವಹನ ಪದವು ಕಮ್ಯುನಿಕೇಷನ್ (Communication) ಎಂಬ ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ಪದಕ್ಕೆ ಸಂವಾದಿಯಾಗಿ ಕನ್ನಡದಲ್ಲಿ ಬಳಕೆಯಲ್ಲಿದೆ. ಕನ್ನಡ ರತ್ನ ಕೋಶದ ಪ್ರಕಾರ 'ವಾಹಕ', 'ವಾಹನ' ಎಂಬರ್ಥಗಳನ್ನೂ ಹೊಂದಿವೆ. ಕಿಟೆಲ್‌ರವರ ಕನ್ನಡ - ಇಂಗ್ಲಿಷ್ ನಿಘಂಟುವಿನಲ್ಲಿ 'ವಹನ' ಪದಕ್ಕೆ ಅರ್ಥ ನೀಡುತ್ತಾ ಅದಕ್ಕೆ ಇಂಗ್ಲೀಷ್‌ನಲ್ಲಿ Bearing, Carrying, Conveing, Being, Carried, flowing, Moving, Proceeding ಮೊದಲಾದ ಅರ್ಥಗಳನ್ನು ನೀಡಲಾಗಿದೆ. ಇದರಿಂದಾಗಿ ಸಂವಹನವು ಕ್ರಿಯೆಯ ರೂಪವಾಗಿದ್ದು ಅದು ಚಲನಶೀಲತೆ ಹೊಂದಿರುವುದು ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗುತ್ತದೆ. ಸಂವಹನವು ಬೇರೆ ಬೇರೆ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮೂಲಕ ಒಬ್ಬರಿಂದೊಬ್ಬರಿಗೆ ವಿಚಾರಗಳನ್ನು ತಲುಪಿಸುವ ಕ್ರಿಯಾಶೀಲವಾದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ.

ಸಂವಹನ ಕ್ರಿಯೆಯು ಮಾನವನ ಹುಟ್ಟಿನಿಂದಲೇ ಆರಂಭಗೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ಮಗು ಅಳುವುದು, ನಗುವುದು, ಅಂಗಚಲನೆ ಮಾಡುವ ಮೂಲಕವೇ ತನ್ನ ಅಗತ್ಯಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸುತ್ತದೆ. ಸಂಕೇತಗಳ ಮೂಲಕವೇ ನಡೆಯುತ್ತಿದ್ದ ಸಂವಹನ ಕಾಲಕಳೆದಂತೆ ಶಬ್ದ - ಧ್ವನಿಗಳನ್ನು ಹೊರಡಿಸಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸಿ ಸಂವಹನವನ್ನು ಸರಳವೂ, ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿಯೂ ರೂಪಿಸಿಕೊಳ್ಳಲಾಯಿತು. ಶಬ್ದ ಧ್ವನಿಗಳ ಮೂಲಕ ಮಾತು, ಮಾತಿನ ಮೂಲಕ ಗೆರೆಗಳು, ಚಿತ್ರಗಳು ಆನಂತರ ಅಕ್ಷರಗಳನ್ನು ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಿ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಾಗಿ ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳಲಾಯಿತು. ಮಾನವ ಆರಂಭದ ಭಾಷೆಯ ಚಿತ್ರರೂಪವನ್ನು 'ಚಿತ್ರಲಿಪಿ' (Pictography) ಎಂದು

ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ. ಚಿತ್ರಲಿಪಿಯ ಮೂಲಕ ಸರಳವಾದ ಸ್ಥೂಲವಾದ ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಿ ಮಾತ್ರ ಸಾಧ್ಯ. ಚಿತ್ರಲಿಪಿ ನಂತರ ಭಾವನಾತ್ಮಕ ಅರ್ಥಗಳು ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಿಸುವ ಭಾವಲಿಪಿ (Ideographic writing) ರೂಪುಗೊಂಡಿತು. ಇಲ್ಲಿ ಚಿತ್ರ ಕೇವಲ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಅರ್ಥವನ್ನು ಮಾತ್ರವಲ್ಲದೆ ಬೇರೊಂದನ್ನೇ ಧ್ವನಿಸುತ್ತದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಒಂದು ವೃತ್ತ ಚಿತ್ರಲಿಪಿಯಲ್ಲಿ ಸೂರ್ಯನನ್ನು ಸೂಚಿಸಿದರೆ ಭಾವಲಿಪಿಯಲ್ಲಿ ಅದೇ ವೃತ್ತ ಹಗಲು, ಬೆಳಕು ದಿನವನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ. ಭಾವಲಿಪಿಯ ನಂತರ ಅಕ್ಷರಲಿಪಿ (Alphabetic writing) ರೂಪುಗೊಂಡಿತು. ಬೇರೆ ಬೇರೆ ಅಕ್ಷರಗಳ ಸಂಯೋಜನೆಯಿಂದ ಬೇರೆ ಬೇರೆ ಅರ್ಥಗಳನ್ನು ಆ ಮೂಲಕ ಬೇರೆ ಬೇರೆ ಭಾವನೆಗಳನ್ನು ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾಯಿತು.

ಈ ರೀತಿ ರೂಪುಗೊಂಡ ಸಂವಹನ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯು ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಿಗೆ ಪೂರಕವಾಗಿವೆ. ಸಂವಹನ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಕೆಲವು ಅಕ್ಷರ ಮಾಧ್ಯಮದ ಮೂಲಕ ಕೆಲವು ಶ್ರವ್ಯ ಮಾಧ್ಯಮದ ಮೂಲಕ ಮತ್ತೆ ಕೆಲವು ಶ್ರವ್ಯ - ದೃಶ್ಯದ ಜೊತೆಗೆ ಅಕ್ಷರದ ಮೂಲಕವೂ ಸಂವಹನಗೊಳಿಸುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಹೊಂದಿರುತ್ತವೆ. ಇಂದು ಸಂವಹನ ಕ್ರಿಯೆ ನಡೆಸುವ ಸಾಧನ ಸಾಮಗ್ರಿಗಳು ವಿಸ್ತಾರಗೊಳ್ಳುತ್ತಿವೆ. ಸಂವಹನ ಕ್ರಿಯೆಯು ವ್ಯಕ್ತಿ - ವ್ಯಕ್ತಿಗಳ ನಡುವೆ ಮಾತ್ರವಲ್ಲದೆ ಅದು ಹಲವು ವ್ಯಕ್ತಿಗಳ ನಡುವೆ, ಸಮೂಹದ ನಡುವೆ, ಸಮಾಜದ ನಡುವೆ ನಡೆಯುವಂತಹುದ್ದು. ಇದನ್ನು ಸಮೂಹ ಸಂವಹನವೆಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ. "ಏಕಕಾಲದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚು ಜನರಿಗೆ ತಲುಪುವ ಸಂವಹನವೇ ಸಮೂಹ ಸಂವಹನ ಎನಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ."[೧೦] ಎಂದು ಡಾ. ಪಿ.ವಿ. ಪರಮಶಿವಮೂರ್ತಿ ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಡುತ್ತಾರೆ. ಪ್ರೊ|| ಡ್ಯೂಯಿಯವರು "ಸಂವಹನದಿಂದ ಸಮಾಜ ಮುಂದುವರೆಯುವುದೇ ಅಲ್ಲದೆ ಸಮಾಜ ಉಳಿದಿರುವುದೇ ಸಂವಹನ ಕ್ರಿಯೆಯಿಂದ" ಎಂದು ಹೇಳುವ ಮೂಲಕ ಸಂವಹನ ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಪಡೆಯುವ ಮಹತ್ವದ ಸ್ಥಾನ ಮತ್ತು ಸಂವಹನದ ಸಾಮೂಹಿಕ ಅಗತ್ಯತೆಯನ್ನು ಸ್ಪಷ್ಟಪಡಿಸುತ್ತದೆ.

ಸ್ಪಷ್ಟ ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಿ, ಸಮಾನಭಾವ, ಹಂಚಿಕೆ, ಸ್ವಾನುಭವ, ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಿ, ಸರಳ ಗ್ರಹಣ, ಇತ್ಯಾದಿ ಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ ಸಂವಹನ ಕ್ರಿಯೆಯು ಮೂರು ಪ್ರಮುಖ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿದೆ. ಇವು ಸಂವಹನ ಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಪೂರ್ಣಗೊಳಿಸಲು ಸಹಾಯಕವಾಗಿವೆ. ಅವುಗಳೆಂದರೆ ಸಂವಹನದ ಉಗಮ ಸ್ಥಾನ, ಸಂವಹನದ ಸಂದೇಶ (ಸಂಕೇತಗಳು) ಮತ್ತು ಸಂವಹನದ ಗುರಿ.

ಅವುಗಳನ್ನು ಈ ರೀತಿ ಸೂಚಿಸಬಹುದು.'

ಸಂವಹನದ ಉಗಮಸ್ಥಾನ — ಸಂವಹನದ ಸಂಕೇತಗಳು — ಸಂವಹನದ ಗುರಿ

ಈ ಮೂರು ಅಂಶಗಳು ಪರಸ್ಪರ ಪೂರಕವಾಗಿದ್ದು ಇವುಗಳಿಲ್ಲದೆ ಸಂವಹನಕ್ರಿಯೆ ಪೂರ್ಣವೆನಿಸದು. ಈ ಮೂರು ಅಂಶಗಳು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಲು ಅನೇಕ ವೈಜ್ಞಾನಿಕ ಸಾಧನ ಸಲಕರಣೆಗಳನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳಲಾಗುತ್ತದೆ. ಇವುಗಳನ್ನೇ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳೆಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ. ಪ್ರಾಚೀನ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಮಾನವ ಪ್ರಾಣಿ - ಪಕ್ಷಿಗಳನ್ನು ಸಂವಹನ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಾಗಿ ಬಳಸುತ್ತಿದ್ದರು. ಇಂದು ಸಮಾಜ ವಿಸ್ತಾರವಾಗಿ ಬೆಳೆಯುತ್ತಿದೆ. ಸೀಮಿತ ಸಂವಹನ ಸಾಧನಗಳಿಂದ ಮಾಹಿತಿಯ ಸಂವಹನ ಅಸಾಧ್ಯ. ಹಾಗಾಗಿ ಆಧುನಿಕತೆ,

ನಗರೀಕರಣದಿಂದಾಗಿ ವೈಜ್ಞಾನಿಕವಾಗಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೊಳ್ಳುತ್ತಿರುವ ಸಂವಹನ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಸಂವಹನಕ್ರಿಯೆ ನಡೆಸಲು ಸಮರ್ಥವಾಗಿವೆ.

"ಸಮೂಹದೊಂದಿಗೆ ಸಂವಹನ ನಡೆಸಲು ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಮಾಧ್ಯಮಗಳೇ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು"[೧೦] ಎಂದು ಡಾ. ಟಿ.ಸಿ. ಪೂರ್ಣಿಮಾರವರು ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಡುತ್ತಾರೆ. ಅಂದರೆ ಸಂವಾಹಕ - ಸಂದೇಶ - ಸಂವಾಹಿತರ ನಡುವೆ ವಿಚಾರವು ಪ್ರವಹಿಸಲು ಒಂದು ಮಧ್ಯವರ್ತಿಯ ಅಗತ್ಯವಿದೆ. ಈ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಯೇ ಮಾಧ್ಯಮ. ಮಾಧ್ಯಮವಿಲ್ಲದೆ ಸಂವಹನ ಕ್ರಿಯೆ ಘಟಿಸುವುದಿಲ್ಲ. ಇಲ್ಲಿ ತಿಳಿಸಿದ ಸಂದೇಶ ವ್ಯಕ್ತಿಯ ಪ್ರಥಮ ಮಾಧ್ಯಮವಾಗಿದ್ದು, ತಾಂತ್ರಿಕ ಸಾಧನೆಗಳ ಬಳಕೆ ಎರಡನೆಯ ಮಾಧ್ಯಮವೆನಿಸುತ್ತದೆ. ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಿ ಮಾಧ್ಯಮಗಳನ್ನು ಒಂದು ಕಡೆಯಿಂದ ಮತ್ತೊಂದು ಕಡೆಗೆ ಏಕಕಾಲಕ್ಕೆ ಹೊತ್ತೊಯ್ಯುವ ತಾಂತ್ರಿಕ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯೇ ಸಮೂಪ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳೆಂದು ಹೇಳಬಹುದು. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮೂಲಕ ಸರಳವಾಗಿ ಸುಲಭವಾಗಿ ವ್ಯವಸ್ಥಿತವಾಗಿ ವಿಚಾರ ವಿನಿಮಯ ಮಾಡಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗಿದೆ.

೨. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಲಕ್ಷಣ ಮತ್ತು ಸ್ವರೂಪ :

ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳೆಲ್ಲಾ ಒಂದೇ ರೀತಿಯಾದವಲ್ಲ. ಅವುಗಳ ತಾಂತ್ರಿಕ ಸ್ವರೂಪ, ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಣೆಯ ವಿಧಾನ, ಉದ್ದೇಶಗಳೆಲ್ಲವೂ ವೈವಿಧ್ಯಮಯವಾಗಿರುತ್ತವೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಬಾಹ್ಯ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಆಧರಿಸಿ ಅವುಗಳ ಗುಣ ಸ್ವರೂಪವನ್ನು ಈ ರೀತಿ ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಬಹುದು.

೧. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಏಕಕಾಲಕ್ಕೆ ಸಾವಿರಾರು ಜನರನ್ನು ತಲುಪುತ್ತವೆ.

೨. ಜನ ಸಮೂಹವನ್ನು ಗಮನದಲ್ಲಿಟ್ಟುಕೊಂಡೇ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸಿ ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ.

೩. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಯಾವುದೇ ವರ್ಗಭೇದಮಾಡದೆ ಎಲ್ಲಾ ರೀತಿಯ ಜನರನ್ನು ಗಮನದಲ್ಲಿಟ್ಟುಕೊಂಡು ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತದೆ. ವರ್ಗ, ಜಾತಿ, ಧರ್ಮ, ಕುಲ, ವಯಸ್ಸು, ಲಿಂಗ, ಶಿಕ್ಷಣ, ಈ ರೀತಿ ಯಾವುದೇ ರೀತಿಯ ತಾರತಮ್ಯವಾಗಲೀ, ವ್ಯತ್ಯಾಸವನ್ನಾಗಲೀ ಉಂಟುಮಾಡದೆ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತವೆ.

೪. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಸಂವಾಹಕ ಮತ್ತು ಸಂವಹಿತನ ನಡುವೆ ನೇರ ಸಂಬಂಧವಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಆದರೂ ಆತ್ಮೀಯ ಸಂಬಂಧವಿರುವಂತೆ ಸಂಬೋಧಿಸಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಇವರಿಬ್ಬರ ನಡುವೆ ನೇರ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯೂ ಸಾಧ್ಯವಿರಲಿಲ್ಲ. ಆದರೆ ಇಂದು ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಬೆಳವಣಿಗೆಯ ಕಾರಣದಿಂದಾಗಿ ನೇರವಾಗಿ ಪ್ರಸಾರಗೊಳ್ಳುವ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳಲ್ಲಿ ಕರೆಮಾಡುವ ಮೂಲಕ, ಸಂದೇಶ ರವಾನಿಸುವ ಮೂಲಕ ಪರಸ್ಪರ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗಿದೆ.

೫. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮೂಲಕ ಸಂದೇಶವು ಅತ್ಯಂತ ವೇಗವಾಗಿ ತಲುಪುತ್ತವೆ. ಪತ್ರಿಕೆ ದಿನದ ಆರಂಭದ ಮೊದಲೇ ನಮ್ಮನ್ನು ತಲುಪುತ್ತವೆ. ಶ್ರವ್ಯ ಮತ್ತು ದೃಶ್ಯ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ತರಂಗಗಳ ಮೂಲಕ ಉಪಗ್ರಹಗಳ ಮೂಲಕ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುವ ಕಾರಣ ವಿಚಾರವು ಬಹುಬೇಗ ಪ್ರಸಾರವಾಗುತ್ತವೆ.

೬. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಸಮಯಕ್ಕೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಮಹತ್ವವಿದೆ. ತ್ವರಿತಗತಿ, ತಾಜಾತನಕ್ಕೆ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಮಹತ್ವ ನೀಡುತ್ತವೆ. ವಿಚಾರದ ಸಂವಹನವೇ ಮುಖ್ಯ ಗುರಿಯಾದ ಕಾರಣ ಸಮಯ ಮೀರಿದ ಕೆಲವು ಅಂಶಗಳಿಗೆ ಯಾವುದೇ ಮೌಲ್ಯವಿರುವುದಿಲ್ಲ.

೭. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಿಗೆ ಸಾಮಾಜಿಕ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯೂ ಇರುತ್ತದೆ. ಉನ್ನತವಾದ ಧ್ಯೇಯ ಮತ್ತು ಮೌಲ್ಯಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತವೆ. ವ್ಯಕ್ತಿ ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯ, ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಿ ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯ ಪೋಷಣೆ ಜೊತೆಗೆ ಸಾಮಾಜಿಕ ಆರೋಗ್ಯ(ಸ್ವಾಸ್ಥ್ಯ)ವನ್ನು ಕಾಪಾಡುವ ಕಡೆಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಆದ್ಯತೆ ನೀಡುತ್ತವೆ.

೮. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಿಗೆ ನೈತಿಕ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯೊಂದಿಗೆ ಸಾಮಾಜಿಕ ಹೊಣೆಗಾರಿಕೆಯೂ ಇರುತ್ತದೆ. ಸಮಾಜದೊಂದಿಗೆ ಸಭ್ಯತೆಯಿಂದ ನಡೆದುಕೊಳ್ಳುವ ಜವಾಬ್ದಾರಿ ಇರುತ್ತದೆ.

೯. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಅಸೀಮವಾದ ವ್ಯಾಪಕತೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತವೆ.

ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ವರ್ಗೀಕರಣ

ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳನ್ನು ಅವುಗಳ ಕಾರ್ಯವಿಧಾನ ಮತ್ತು ವಿಚಾರವನ್ನು ಆಧರಿಸಿ ಎರಡು ಮುಖ್ಯ ವಿಧಗಳಾಗಿ ವಿಂಗಡಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಅ. ವ್ಯಕ್ತಿ ಕೇಂದ್ರಿತ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು.

ಆ. ಸಮೂಹ ಕೇಂದ್ರಿತ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು.

ಮೊದಲನೆಯದರಲ್ಲಿ ವಿಚಾರ ವಿನಿಮಯವು ಪರಸ್ಪರ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳ ನಡುವೆ ಮಾತ್ರ ನಡೆಯುತ್ತದೆ. ನೇರ ಮುಖಾಮುಖಿ ಅಥವಾ ಅಪ್ರತ್ಯಕ್ಷವಾಗಿ ವೈಯಕ್ತಿಕ ತಾಂತ್ರಿಕ ಸಾಧನ ಸಲಕರಣೆಗಳ ಮೂಲಕ ಕಾರ್ಯ ನಡೆಸುತ್ತವೆ. ಅಂಚೆ, ತಂತಿ, ದೂರವಾಣಿ, ದೂರಸಂಪರ್ಕ, ತಂತಿ ರಹಿತ ಪ್ರಸಾರ, ಮೊಬೈಲ್, ಇ-ಮೇಲ್ ಮುಖ್ಯವಾದವು. ಎರಡನೆಯದರಲ್ಲಿ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಕಾರ್ಯ ವ್ಯಾಪ್ತಿ ವಿಸ್ತಾರವಾದುದು. ವಿಚಾರ ಒಂದು ಕೇಂದ್ರದಿಂದ ಒಮ್ಮೆ ಪ್ರಸಾರಗೊಂಡು ಒಡನೆಯೇ ಹಲವಾರು ಕಡೆಗೆ ತಲುಪುತ್ತದೆ. ಅದಕ್ಕಾಗಿ ವಿಶಿಷ್ಟ ಸಾಧನಗಳು ಬಳಕೆಯಾಗುತ್ತವೆ. ಪತ್ರಿಕೆಗಳು, ರೇಡಿಯೋ, ದೂರದರ್ಶನ, ಕರಪತ್ರ, ಚಲನಚಿತ್ರಗಳು ಸಮೂಹ ಕೇಂದ್ರಿತ ಸಂವಹನ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಗುಂಪಿಗೆ ಸೇರುತ್ತವೆ.

ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುವ ತಾಂತ್ರಿಕತೆಯನ್ನು ಆಧರಿಸಿ ಮೂರು ವಿಧಗಳಾಗಿ ವಿಂಗಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ.

ಅ. ವಾಚಕ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮ (ಅಕ್ಷರ ಮಾಧ್ಯಮ)

ಆ. ಶ್ರವ್ಯ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮ

ಇ. ದೃಶ್ಯ - ಶ್ರವ್ಯ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮ.

ಅಕ್ಷರಗಳ ಮೂಲಕ, ಓದುವ ಕ್ರಿಯೆಯ ಮೂಲಕವೇ ವಿಚಾರ ವಿನಿಮಯ ಮಾಡುವ ಸಮೂಹ ಸಾಧನಗಳನ್ನು ವಾಚಕ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳೆನ್ನುವರು. ಭಾಷೆಯ ಓದುವ ಕ್ರಿಯೆಯ ಮೂಲಕವೇ

ವಿಚಾರಗಳನ್ನು ಗ್ರಹಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಪತ್ರಿಕೆಗಳು, ನಿಯತಕಾಲಿಕೆಗಳು, ಪೇಜರ್, ಪುಸ್ತಕಗಳು, ಪತ್ರಗಳು, ಇಮೇಲ್, ಎಸ್.ಎಂ.ಎಸ್.ಗಳು ಪ್ರಮುಖ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸುತ್ತವೆ. ಇದು ಅಕ್ಷರ ಮಾಧ್ಯಮವಾದ ಕಾರಣ ಅನಕ್ಷರಸ್ಥರನ್ನು ತಲುಪಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗದಿರುವುದು ಈ ಮಾಧ್ಯಮದ ಮಿತಿ. ಈ ವ್ಯಾಪಕ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಪತ್ರಿಕೆಗಳ ಪಾತ್ರ ಹಿರಿದಾದುದು.

ಧ್ವನಿ - ಶಬ್ದ - ಮಾತಿನ ಮೂಲಕ ಸಂವಹನ ನಡೆಸುವ ಮಾಧ್ಯಮವೇ ಶ್ರವ್ಯ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮ. ಇಲ್ಲಿ ಕೇಳುವಿಕೆ ಪ್ರಧಾನವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಪ್ರಸಾರ ಕೇಂದ್ರದಿಂದ ವಿದ್ಯುತ್ಕಾಂತೀಯ ಅಲೆಗಳು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಎಲ್ಲೆಡೆಗೆ ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡುತ್ತವೆ. ತಂತಿರಹಿತ ಪ್ರಸಾರ ಸಾಧನಗಳಿವು. ರೇಡಿಯೋ, ದೂರವಾಣಿ, ಮೊಬೈಲ್‌ಗಳು ಪ್ರಮುಖವಾಗಿದ್ದು ರೇಡಿಯೋ ಅತ್ಯಂತ ಪ್ರಭಾವಯುತವಾದ ಸಾಧನವಾಗಿದೆ.

ಶ್ರವ್ಯ - ದೃಶ್ಯ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ದೃಶ್ಯ ಮತ್ತು ಮಾತು ಏಕಕಾಲದಲ್ಲಿಯೇ ಪ್ರಸಾರಗೊಳ್ಳುತ್ತವೆ. ಎರಡಕ್ಕೂ ಸಮಾನವಾದ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆ ಇರುತ್ತದೆ. ದೂರದರ್ಶನ, ಚಲನಚಿತ್ರ ಮತ್ತು ಕಂಪ್ಯೂಟರ್ ಪ್ರಮುಖವಾಗಿದ್ದು ದೂರದರ್ಶನ ಮತ್ತು ಚಲನಚಿತ್ರ ಮಹತ್ವದ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸುತ್ತವೆ. ಈ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಉದ್ದೇಶ ಮತ್ತು ವ್ಯಾಪ್ತಿಯ ಉಳಿದೆರಡು ಮಾಧ್ಯಮಗಳಿಗಿಂತಲೂ ಭಿನ್ನ. ಅಲ್ಲದೆ ಇಂದು ಹೆಚ್ಚು ಜನಪ್ರಿಯವಾಗಿರುವ ಮಾಧ್ಯಮಗಳೂ ಆಗಿವೆ.

ಇಂದು ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ಬೆಳವಣಿಗೆ ಹೊಂದುತ್ತಿರುವ ಸಮೂಹಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಇಡೀ ಬದುಕನ್ನು ಆ ಮುಖೇನ ಇಡೀ ಸಮಾಜವನ್ನು ಆವರಿಸಿಕೊಂಡಿವೆ. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಸುದ್ದಿಪ್ರಸಾರಕ್ಕೆ ಮಾತ್ರ ಸೀಮಿತವಾಗಿಲ್ಲ. ಬದಲಿಗೆ ಅದರ ಜೊತೆಗೆ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ, ಸಾಮಾಜಿಕ, ಶೈಕ್ಷಣಿಕ, ಆರ್ಥಿಕ ಮತ್ತು ಧಾರ್ಮಿಕ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆಯೂ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತವೆ. ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಇಂದು ಬದುಕಿನ ಅವಿಭಾಜ್ಯ ಅಂಗಗಳಾಗಿವೆ. ದಿನದ ಆರಂಭ - ಮುಕ್ತಾಯ ಮಾಧ್ಯಮಗಳೊಂದಿಗೆ ನಡೆಯುತ್ತದೆ. ಸಂಪರ್ಕವಿಲ್ಲದೆ ಒಂದು ದಿನವನ್ನು ಕಳೆಯುವುದು ಕಷ್ಟಸಾಧ್ಯವಾಗಿದೆ. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಸಂವಹನ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯು ಭಾಷೆಯ ಮೂಲಕವೇ ನಡೆಯುವ ಕಾರಣ ಭಾಷೆ ಮತ್ತು ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ನಡುವಿನ ಪರಸ್ಪರ ಸಂಬಂಧ ಸ್ವರೂಪ ಅರಿಯುವುದು ಸಮಂಜಸವೆನಿಸುತ್ತದೆ.

ಭಾಷೆ ಮತ್ತು ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ನಡುವಿನ ಸಂಬಂಧ ಸ್ವರೂಪ

ಭಾಷೆಯ ಮೂಲಭೂತ ಉಪಯೋಗವಿರುವುದು ಅದರ ಸಂವಹನ ಗುಣದಿಂದ. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮುಖ್ಯ ಉದ್ದೇಶವೂ ಸಹಾ ವಿಚಾರಗಳನ್ನು ತಲುಪಿಸುವುದೇ ಆಗಿದೆ. ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಭಾಷೆಯು ಮಹತ್ವದ ಪಾತ್ರವನ್ನು ವಹಿಸುತ್ತವೆ. ಯಾವುದೇ ಸಮಾಜದ ಸಾಧನೆ - ಸಿದ್ಧಿಗಳು ಆ ಸಮಾಜ ಬಳಸುವ ಭಾಷೆಯ ಸಮರ್ಪಕತೆ, ಆಕರ್ಷಕ ಶೈಲಿ ಮತ್ತು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಗುಣವನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿರುತ್ತದೆ. ಸಾಮಾಜಿಕ ಸಂವಹನಕ್ಕಾಗಿಯೇ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಬಳಸುವ ಭಾಷೆಯೂ ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಗಮನಾರ್ಹವಾದ ಪಾತ್ರವನ್ನು ವಹಿಸುತ್ತದೆ.

ಭಾಷೆ ಮತ್ತು ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ನಡುವೆ ಅವಿನಾಭಾವ ಸಂಬಂಧವುಂಟು. ವಿವಿಧ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಭಾಷೆ ಒಂದೇ ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಬಳಕೆಯಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಅವುಗಳ ಉದ್ದೇಶ ಮತ್ತು ತಾತ್ವಿಕ ಹಿನ್ನೆಲೆಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಭಾಷೆಯನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳಲಾಗುತ್ತದೆ. ಅದರೊಂದಿಗೆ ವಿವಿಧ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿನ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳ ವೈವಿಧ್ಯತೆಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿಯೂ ಭಾಷೆ ಬಳಕೆಯಾಗುತ್ತದೆ. ಭಾಷೆಯ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಬಳಕೆಯ ಮೇಲೆಯೇ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಯಶಸ್ಸು ನಿಂತಿದೆ. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮುಖ್ಯ ಗುರಿಯೇ ಜನಸಮೂಹವನ್ನು ತಲುಪುವಿಕೆ.

ಜನಸಮೂಹಕ್ಕಾಗಿಯೇ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಿರುವುದು. ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿರುವುದು. ಸಂಗ್ರಾಹ್ಯತೆ, ಖಚಿತತೆ, ಸರಳತೆ, ಮೋಹಕತೆ, ಶಿಷ್ಟತೆ, ಅರ್ಥಪೂರ್ಣತೆ, ತಾರ್ಕಿಕತೆ, ಸಾರ್ಥಕತೆ, ಸ್ಪಷ್ಟತೆ, ಕ್ರಿಯಾತ್ಮಕತೆ, ವೈಚಾರಿಕತೆ, ಚತುರತೆ, ಕೌಶಲತೆ, ಸಾಮಾನ್ಯತ್ವ, ಸಮರ್ಪಕತ್ವ, ದಾರ್ಶನಿಕತ್ವ, ಶೂರತ್ವ, ಆಕರ್ಷಣತ್ವ... ಮೊದಲಾದವು ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಬಳಕೆಯಾಗುವ ಭಾಷೆಗೆ ಇರಬೇಕಾದ ಪ್ರಮುಖ ಲಕ್ಷಣಗಳು. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಸಂವಹನ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯು ಯಶಸ್ವಿಗೊಳ್ಳಬೇಕಾದರೆ ಬಳಕೆಯಾಗುವ ಭಾಷೆ ಈ ಎಲ್ಲಾ ಲಕ್ಷಣಗಳೊಂದಿಗೆ ಜನರಿಗೆ ತಲುಪುವಂತೆ ಇರಬೇಕು. ಪ್ರಸ್ತುತ ಸಮಾಜದಲ್ಲಿನ ಭಾಷೆಯನ್ನೇ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಭಾಷೆಯನ್ನು ವ್ಯವಸ್ಥಿತವಾಗಿ ರೂಪಿಸಿಕೊಂಡು ತಮ್ಮ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆಗೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ಸಾಮಾಜಿಕವಾಗಿ ಒಪ್ಪಿತವಾದ ಭಾಷಾ ರೂಪದ ಬಳಕೆಯಿಂದ ಜನಸಮಸ್ತರ ಮನೋಭಾವವನ್ನು, ಸಾಮಾಜಿಕ ಕ್ರಿಯೆಗಳನ್ನು ಯುಕ್ತ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ತಿಳಿಸಲು ಸಾಧ್ಯ. ಸನ್ನಿವೇಶ - ಘಟನೆಗಳನ್ನು ಸುಲಭವಾಗಿ ಗ್ರಹಿಸಲು ಸಾಧ್ಯ. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಭಾಷೆ ತೀರಾ ಆಡುಭಾಷೆಯೂ ಆಗಿರದೆ ತೀರಾ ಶಿಷ್ಟವೂ ಆಗಿರದೆ ಎಲ್ಲರ ಗ್ರಹಿಕೆಗೆ ಸಾಧ್ಯವಾಗುವಂತೆ ರೂಪುಗೊಂಡಿರಬೇಕು.

ಆಡುನುಡಿಯನ್ನು ಹಾಗೂ ಬರಹದ ಭಾಷಾರೂಪವನ್ನು ಯುಕ್ತ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಸಮನ್ವಯಿಸಿ ಮಾಧ್ಯಮವು ಭಾಷೆಯನ್ನು ರೂಪಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಭಾಷಾ ವೈವಿಧ್ಯತೆಯಿರುವ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಬಳಸಬೇಕಾದ ಭಾಷೆ ಸಮಾಜದ ಎಲ್ಲಾ ವರ್ಗದ ಜನರಿಗೂ ತಲುಪುವಂತೆ ರೂಪಿಸುವುದು ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಜವಾಬ್ದಾರಿ ಕೂಡಾ. ಒಟ್ಟಾರೆ ಭಾಷೆ ಎಂಬುದು ಮನಸ್ಸಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ್ದು. ಅದು ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳೆಂಬ ಶರೀರದ ಮೂಲಕ ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಗೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ಭಾಷೆ ಮಾನಸಿಕ ಸಾಮರ್ಥ್ಯಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಕಾರಣ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಭಾಷಾ ಬಳಕೆಯಲ್ಲಿ ಸೂಕ್ಷ್ಮತೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿರಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.

ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಭಾಷೆ ಸಂವಹನಕ್ಕಾಗಿ ಮಾತ್ರವೇ ಇರುವಂತದ್ದು. ಭಾಷೆ ಕೂಡಾ ಒಂದು ಸಂವಹನ ವ್ಯವಸ್ಥೆ. ಇದು ಭಾಷೆಯ ಉಪಯೋಗವನ್ನು ಕುರಿತಾಗಿ ಹೇಳಿರುವ ವ್ಯಾಖ್ಯೆ. ಆದರೆ ಅದರಾಚೆಗೂ ಭಾಷಾ ಬಳಕೆಯ ಪ್ರಸಂಗಗಳಿವೆ. ಭಾಷೆ ಮನುಷ್ಯರ ಒಂದು ವಿಶೇಷ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ. ದೈಹಿಕ ಸಾಮರ್ಥ್ಯದಂತೆಯೆ ಭಾಷಾ ಬಳಕೆ ಮಾನಸಿಕ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಎಂದು ಭಾಷಾ ಶಾಸ್ತ್ರಜ್ಞರಾದ ನೋಮ್ ಚಾಮ್‌ಸ್ಕಿ ಹೇಳುತ್ತಾರೆ. ಭಾಷೆ ಮಾನಸಿಕ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವೆಂದಾಗ ಒಂದು ಅಂಶವನ್ನು ಗಮನಿಸಬೇಕು. ಭಾಷೆಗೆ ಎರಡು ಸ್ತರಗಳಿರುತ್ತವೆ. ಒಂದು ಒಳಸ್ತರ ಮತ್ತೊಂದು ಹೊರಸ್ತರ ಎಂದು ಫರ್ಡಿನೆಂಟ್ ಡಿ. ಸಸೂರ್ ಹೇಳುತ್ತಾರೆ. ಒಳಸ್ತರವನ್ನು ಲಾಂಗ್ ಎಂದು, ಹೊರಸ್ತರವನ್ನು ಪರೋಲ್ ಎಂದೂ ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ. ಅಂದರೆ ನಾವು ಬರೆಯುವ ಮಾತನಾಡುವ ಕನ್ನಡ 'ಪರೋಲ್'. ಆದರೆ ಕನ್ನಡಿಗರೆಲ್ಲರಿಗೂ ಕೂಡಾ ಸಮಾನವಾದ ಒಂದು ಒಳಸ್ತರವಿದೆ. ಅದೇ ಲಾಂಗ್.

ಪರೋಲ್ ಮೂರ್ತ. ಲಾಂಗ್ ಅಮೂರ್ತ ಸಸೂರ್ ಮಂಡಿಸಿದ ಈ ಎರಡೂ ಅಂಶಗಳೂ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಬಳಕೆಯಾಗುವ ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿ ಕಂಡು ಬರುವುದಲ್ಲದೆ ಭಾಷೆಯ ಸಂವಹನ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುವಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸುತ್ತದೆ.

ಭಾಷೆಯು ಮಾನಸಿಕ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವೆಂದಾಗ ಭಾಷೆ ಮತ್ತು ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ನಡುವಿನ ಸಂಬಂಧವನ್ನರಿಯಲು ಕೆಲವು ವಿಚಾರಗಳ ಪ್ರಸ್ತಾಪ ಅತ್ಯಗತ್ಯ.

ಅ. ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆಯಲ್ಲಿ ನಾವು ಎಂದೂ ಕೇಳಿರದ. ಓದಿರದ ವಾಕ್ಯಗಳನ್ನು ಯಾವುದೇ ನೆನಪಿನ ಆಧಾರವಿಲ್ಲದೆ ಬಳಸುವ ಜೊತೆಗೆ ಅಂತಹ ವಾಕ್ಯ - ಪದ ಬಳಕೆಯಾದಲ್ಲಿ ಆ ಪದ - ವಾಕ್ಯಗಳನ್ನು ಗ್ರಹಿಸಿ ಅರ್ಥೈಸಿಕೊಳ್ಳಬಲ್ಲೆವು.

ಆ. ನಾವು ಬಳಸುತ್ತಿರುವ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿ ಅಸಹಜವಾದ ವಾಕ್ಯರಚನಾ ರೂಪುಗಳು ಯಾವುದೆಂದು ಗುರುತಿಸಬಲ್ಲೆವು.

ಉದಾ. : ರಾಮ ಬಂದಳು. ಮರ ಬೆಳೆದನು. ಇತ್ಯಾದಿ.

ಇಂತಹ ವಾಕ್ಯಗಳು ಸಹಜವಾಗಿ ಸರಿಯಿಲ್ಲವೆಂದು ತಿಳಿಯಲಾಗುತ್ತೇ ವಿನಃ ಏಕೆ ಸರಿಯಿಲ್ಲವೆಂದು ಹೇಳಲಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಸರಿಯಿಲ್ಲವೆಂದು ಗುರುತಿಸುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವಿರುತ್ತದೆ.

ಈ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವು ಮನುಷ್ಯರಿಗಿರುವುದರಿಂದಾಗಿ ಭಾಷಾ ಬಳಕೆ ಮಾನಸಿಕ, ಸಾಮರ್ಥ್ಯವಾಗಿದ್ದು, ಅದು ಅಮೂರ್ತವಾದರೂ ಕೂಡಾ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಮೂರ್ತ ಸ್ವರೂಪವಾದ ಭಾಷಾ ಬಳಕೆಯಲ್ಲಿ ಮುಖ್ಯ ಪಾತ್ರವಹಿಸುತ್ತವೆ.

ಇದಲ್ಲದೆ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿನ ಭಾಷಾ ಬಳಕೆಯು ಸೃಜನಶೀಲವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಹಾಗಾಗಿಯೇ ವೈವಿಧ್ಯಮಯವಾಗಿ ಭಾಷೆಯನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಂಡು ತಮ್ಮ ಉದ್ದೇಶ - ಕರ್ತವ್ಯಗಳನ್ನು ಈಡೇರಿಸಿಕೊಂಡಿವೆ. ಭಾಷೆಯ 'ಸೃಜನಶೀಲ' ಬಳಕೆಯಲ್ಲಿ ಎರಡು ಪ್ರಮುಖ ಅಂಶಗಳನ್ನು ನಾವು ಕಾಣಬಹುದು.

ಅ. ಗ್ರಹಿಕೆಯ ನೆಲೆ

ಆ. ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಿಯ ನೆಲೆ.

ನಾವು ಮಾತಿನ ಮೂಲಕ ಕೇಳಿದ್ದನ್ನು, ಬರಹದ ಮೂಲಕ ಓದಿದ್ದನ್ನು ಅಥವಾ ನೋಡಿದ್ದನ್ನು ಲೋಕಾನುಭವಕ್ಕೆ ಹೇಗೆ ಪರಿವರ್ತಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತೇವೆ ಎಂಬುದು ಗ್ರಹಿಕೆಯ ನೆಲೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ್ದು, ನಾವು ವಾಕ್ಯಗಳನ್ನು ಹೇಗೆ ಉತ್ಪಾದಿಸುತ್ತೇವೆ, ಉತ್ಪಾದಿಸಲು ಇರುವ ಕಾರಣಗಳೇನು? ಎಂಬುದು ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಿಯ ನೆಲೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ್ದು. ಈ ಎರಡೂ ನೆಲೆಗಳು ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಭಾಷಾ ಬಳಕೆಯ ಸ್ವರೂಪದಲ್ಲಿ ಮಹತ್ವದ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸುತ್ತವೆ. "ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ನಾವು ಸದಾ ಕಾಲ ಹೊಸ ಹೊಸ ವಾಕ್ಯಗಳನ್ನು ಉತ್ಪಾದಿಸಿ ಬಳಸುತ್ತಿರುತ್ತೇವೆ. ಒಂದೇ ವಿಷಯದ ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಿಗೆ ಬೇರೆ ಬೇರೆ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಬೇರೆ ಬೇರೆ ವಾಕ್ಯಗಳನ್ನು ಉತ್ಪಾದಿಸಿ ಬಳಸುತ್ತೇವೆ. ಬಳಸುವ ಸಂದರ್ಭಕ್ಕೆ ಯುಕ್ತವಾಗುವಂತೆ ಮತ್ತು ಅರ್ಥಪೂರ್ಣವಾಗುವಂತೆ ಈ

ವಾಕ್ಯಗಳು ರಚನೆಯಾಗುತ್ತವೆ. ಎಂದೂ ದೆಕಾರ್ಟ್ ಎಂಬ ಭಾಷಾ ಶಾಸ್ತ್ರಜ್ಞ ಭಾಷೆಯ ಈ ಲಕ್ಷಣವನ್ನು ಗುರುತಿಸಿ 'ಸೃಜನಶೀಲತೆ' ಎಂದು ಕರೆದರೆಂದು ನೋಮ್ ಚಾಮ್‌ಸ್ಕಿ ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಡುತ್ತಾರೆ. ಭಾಷೆಗೆ ಇರುವ ಈ ಗುಣದಿಂದಲೇ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಹೊಸ ಹೊಸ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಭಾಷಾ ಪ್ರಯೋಗಗಳನ್ನು, ಭಾಷಾ ರಚನೆಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸಿರುತ್ತದೆ. ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಒಂದೇ ರೀತಿಯ ಭಾಷೆಯನ್ನು ಬಳಸದೆ ವಿಚಾರಕ್ಕೆ ತಕ್ಕಂತೆ ವಿವಿಧ ಭಾಷಾ ರೂಪಗಳನ್ನು ಬಳಸುವ ಮೂಲಕ ಭಾಷೆಯನ್ನು ಆಕರ್ಷಕವಾಗಿಸುತ್ತವೆ. ಜೊತೆಗೆ ಸುಲಭವಾಗಿ ಗ್ರಹಿಸಲೂ ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ.

ಒಟ್ಟಾರೆ ಭಾಷೆ ಮತ್ತು ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ನಡುವಿನ ಸಂಬಂಧ ನವಿರಾದುದು. ಜನರ ಅಭಿರುಚಿ, ಮನೋಭಾವಕ್ಕೆ ಅಗತ್ಯಗಳಿಗೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಕಾರ್ಯಯೋಜನೆ ಮಾಡುವುದು ಮತ್ತು ಭಾಷಾ ಪ್ರಯೋಗ ಮಾಡುವುದು ಮಾಧ್ಯಮಗಳಿಗೆ ತೀರಾ ಅವಶ್ಯಕ. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಭಾಷೆ ಮತ್ತು ಭಾಷೆಯ ಬೆಳವಣಿಗೆ ಪಲ್ಲಟಗಳಲ್ಲಿ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳೂ ಗಣನೀಯವಾದ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸುತ್ತವೆ.

ಅಡಿಟಿಪ್ಪಣಿಗಳು :

೧. ದಂಡಿ, ಉಲ್ಲೇಖ : ಭಾಷಾ ವಿಜ್ಞಾನದ ಮೂಲತತ್ವಗಳು, ಲೇ. ಡಾ. ಎಂ. ಚಿದಾನಂದಮೂರ್ತಿ, ೧೯೮೬, ಪು. ೧೯
೨. ಡಾ. ಕೆ. ಕೆಂಪೇಗೌಡ, ಭಾಷಾ ವಿಜ್ಞಾನ ಪರಿಚಯ, ೨೦೦೫, ಪು. ೧
೩. ಡಾ. ಕೆ. ಕೆಂಪೇಗೌಡ, ಭಾಷಾ ವಿಜ್ಞಾನ ಪರಿಚಯ, ೨೦೦೫, ಪು. ೨
೪. ಡಾ. ಕೆ. ಕೆಂಪೇಗೌಡ, ಭಾಷಾ ವಿಜ್ಞಾನ ಪರಿಚಯ, ೨೦೦೫, ಪು. ೨
೫. ಡಾ. ಎಂ. ಚಿದಾನಂದಮೂರ್ತಿ, ಭಾಷಾ ವಿಜ್ಞಾನದ ಮೂಲತತ್ವಗಳು, ೧೯೮೬, ಪು. ೨೨
೬. ಎಂ.ಎಚ್. ಕೃಷ್ಣಯ್ಯ, ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತ ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ಚರಿತ್ರೆ, ೧೯೯೯, ಪು. ೪
೭. ಡಾ. ಸಿ.ಎನ್. ರಾಮಚಂದ್ರ, ಕನ್ನಡ ಭಾಷಾ ಲೋಚನ, ೧೯೯೯, ಪು. ೧೨೬
೮. ಡಾ. ಸಿ.ಎನ್. ರಾಮಚಂದ್ರ, ಕನ್ನಡ ಭಾಷಾಲೋಚನ, ೧೯೯೯, ಪು. ೧೨೭
೯. ಡಾ. ಡಿ.ವಿ. ಪರಮಶಿವಯ್ಯ, ಸಂವಹನ ಕನ್ನಡ, ೨೦೦೦, ಪು. ೫
೧೦. ಡಾ. ಡಿ.ವಿ. ಪರಮಶಿವಯ್ಯ, ಸಂವಹನ ಕನ್ನಡ, ೨೦೦೦, ಪು. ೮
೧೧. ಡಾ. ಟಿ.ಸಿ. ಪೂರ್ಣಿಮಾ, ಆಧುನಿಕ ಸಂವಹನ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಮತ್ತು ಕನ್ನಡ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ, ೨೦೦೩, ಪು. ೩೫

ಅಧ್ಯಾಯ : ೩

ವಿವಿಧ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಮತ್ತು ಭಾಷಾ ಬಳಕೆ

೧. ವೃತ್ತ ಪತ್ರಿಕೆಗಳು

೨. ರೇಡಿಯೋ

೩. ದೂರದರ್ಶನ

೪. ಚಲನಚಿತ್ರ

ವಿವಿಧ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಮತ್ತು ಭಾಷಾ ಬಳಕೆ

ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳೆಂದಾಗ ಮೊದಲಿಗೆ ಕೆಲವು ತಾತ್ವಿಕ ಅಂಶಗಳೆಡೆಗೆ ಗಮನಹರಿಸಬೇಕು. ಮೊದಲನೆಯದು ಸಮೂಹ, ಎರಡನೆಯದು ಮಾಧ್ಯಮ. 'ಸಮೂಹ' ಎಂಬ ಪದಕ್ಕೆ ಜನಸಮೂಹವೆಂಬ, ಮಾಧ್ಯಮ ಎಂಬ ಪದಕ್ಕೆ 'ಸಂವಹನ' ಎಂಬ ಗ್ರಹಿಕೆಗಳಿವೆ. ಇಲ್ಲಿ ಜನಸಮೂಹದೆದುರು ನಿಂತು ಮಾತಿನ ಮೂಲಕ ಸಂವಹನ ಕ್ರಿಯೆ ಸಾಧ್ಯವಾಗಬಹುದು. ಇಲ್ಲವೇ ಸಮೂಹಕ್ಕೆ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ತಲುಪಿಸಲು ಮಾಧ್ಯಮದ ಸಾಧನಗಳನ್ನೂ ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು. ಇಂದು ನಾವು ಜನಸಮೂಹಕ್ಕೆ ಮಾಹಿತಿ ತಲುಪಿಸುವ ಅಥವಾ ಜನಸಮೂಹದೊಂದಿಗೆ ಸಂವಹನ ನಡೆಸಲು ಇರುವ ಮಾಧ್ಯಮಗಳನ್ನೇ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳೆಂದು ಗುರುತಿಸಿಕೊಂಡಿದ್ದೇವೆ.

ಆಧುನಿಕ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಾದ ಪತ್ರಿಕೆಗಳು, ರೇಡಿಯೋ, ದೂರದರ್ಶನ ಮತ್ತು ಚಲನಚಿತ್ರಗಳು ಪರಿಚಯವಾಗುವುದಕ್ಕಿಂತ ಮುಂಚೆಯೇ ಬೇರೆ ಬೇರೆ ಮಾಧ್ಯಮಗಳನ್ನು ಬಳಸಲಾಗುತ್ತಿತ್ತು. ಯಕ್ಷಗಾನ, ಗಮಕಕಲೆ, ಕವನ ವಾಚನ, ಪುರಾಣ, ಹರಿಕಥೆ, ಮೊದಲಾದವು ಸಂವಹನ ಕ್ರಿಯೆಯೊಂದಿಗೆ ಸಂಸ್ಕೃತಿ ಪ್ರಸರಣ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಾಗಿ ಕೆಲಸ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದ್ದವು. ಆದರೆ ಇಂದು ಇವುಗಳೆಲ್ಲದರ ಸ್ಥಾನವನ್ನು ಆಧುನಿಕ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಆಕ್ರಮಿಸಿಕೊಂಡಿವೆ.

ಈ ಆಧುನಿಕ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ತಮ್ಮದೇ ಆದಂತಹ ತಾತ್ವಿಕತೆಯ ತಳಪಾಯದ ಮೇಲೆ ನಿಂತಿವೆ. ಪತ್ರಿಕೆಗಳಿಗೆ ಓದುಗರು ಬೇಕು. ರೇಡಿಯೋಗೆ ಕೇಳುಗರು. ದೂರದರ್ಶನ ಮತ್ತು ಚಲನಚಿತ್ರಗಳಿಗೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ಬೇಕು. ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಮಾಧ್ಯಮವು ಭಾಷೆಯ ಮಾತು ಮತ್ತು ಬರಹದ ರೂಪವನ್ನು ವಿವಿಧ ಬಗೆಯಲ್ಲಿ ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿವೆ. ಇಂದು 'ಮಾಧ್ಯಮಗಳೆಲ್ಲಾ' ಉದ್ಯಮಗಳಾಗಿರುವ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಭಾಷಾ ಬಳಕೆಯು ಸವಾಲಿನದ್ದಾಗಿದೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಮಾಧ್ಯಮದಲ್ಲಿ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆಯ ಸ್ವರೂಪವನ್ನು ಕೂಲಂಕುಶವಾಗಿ ತಿಳಿಯುವುದು ಈ ಅಧ್ಯಯನದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಔಚಿತ್ಯಪೂರ್ಣವೆನಿಸುತ್ತದೆ.

೧. ಪತ್ರಿಕೆಗಳು

ಪತ್ರಿಕೆಯು ಇತರ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲೇ ಅತ್ಯಂತ ಪ್ರಬಲವಾದ, ಶಕ್ತಿಯುತವಾದ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮ. ಪತ್ರಿಕೆಗಳು ಭಾಷೆಯ ಬರಹದ ರೂಪವನ್ನೇ ಆಧರಿಸಿರುವ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮ. ಓದುಗರನ್ನೇ ಅವಲಂಬಿಸಿರುವ ಈ ಮಾಧ್ಯಮ ಕೇವಲ ಅಕ್ಷರಸ್ಥರ ಸೊತ್ತು. ಪತ್ರಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಕಟವಾದ ಸುದ್ದಿ, ಸಮಾಚಾರ, ಮಾಹಿತಿಗಳನ್ನು ಓದುವ ಮೂಲಕ ಮಾತ್ರವೇ ಗ್ರಹಿಸಲು ಸಾಧ್ಯ.

ಪತ್ರಿಕೆಗಳಿಗೆ ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ವಿಶಿಷ್ಟವಾದ ಸ್ಥಾನವಿದೆ. ಪತ್ರಿಕೆಗಳು ಸುದ್ದಿಯನ್ನು ತಲುಪಿಸುವ ಕೆಲಸ ಮಾತ್ರ ಮಾಡದೆ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮತ್ತು ರಾಜಕೀಯವಾಗಿ ಮಹತ್ವದ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸುತ್ತವೆ. ಪ್ರಜಾಪ್ರಭುತ್ವ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಶಾಸಕಾಂಗ, ಕಾರ್ಯಾಂಗ ಮತ್ತು ನ್ಯಾಯಾಂಗದಂತೆ ಪತ್ರಿಕೆಗಳನ್ನು ನಾಲ್ಕನೆಯ ಮಹತ್ವದ ಅಂಗವೆಂದು ಪರಿಗಣಿಸಲಾಗಿದೆ. 'ಖಡ್ಗಕ್ಕಿಂತಲೂ ಲೇಖನಿ ಹರಿತ' ಎಂಬ ಮಾತು ಪತ್ರಿಕೆಗಳ ಕರ್ತವ್ಯ ಮತ್ತು ಅವುಗಳ ಪರಿಣಾಮವನ್ನು ಕುರಿತು ಹೇಳಿದುದಾಗಿದೆ. ಅಮೇರಿಕಾದ ಪ್ರಸಿದ್ಧ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮಿಯಾದ ಜಿ.ಎಫ್. ಮಾರ್ಟರವರು "ಆಧುನಿಕ ಪ್ರಪಂಚದಲ್ಲಿ ಪತ್ರಿಕಾ ಲೋಕವು ಸಂಪೂರ್ಣವಾದ ಬಲವನ್ನುಳ್ಳ ಸಂಸ್ಥೆ" ಎಂದು ಹೇಳಿದ್ದಾರೆ. ರಾಜಕೀಯ ವಿಷಯಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಬದುಕನ್ನು ಪತ್ರಿಕೆಗಳು ಪ್ರತಿಬಿಂಬಿಸುವಷ್ಟು ಮತ್ತಿನ್ನಾವ ಮಾಧ್ಯಮವು ಬಿಂಬಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲ. ಅದಕ್ಕಾಗಿಯೇ ನೆಪೋಲಿಯನ್ "ಸಾವಿರ ಸೈನಿಕರನ್ನು ಎದುರಿಸುವುದು ಸುಲಭ. ನಾಲ್ಕು ಪತ್ರಿಕೆಗಳನ್ನು ಎದುರಿಸುವುದು ಕಷ್ಟ" ಎಂದು ಹೇಳಿದ್ದಾರೆ.

ಪತ್ರಿಕೆಗಳು ಮೊದಲು ಆರಂಭಗೊಂಡದ್ದು ಹದಿನೈದು. ಹದಿನಾರನೇ ಶತಮಾನದಲ್ಲಿ. ಜರ್ಮನಿಯಲ್ಲಿ ಕ್ರಿ.ಶ. ೧೬೧೫ರಲ್ಲಿ ಮೊದಲ ಪತ್ರಿಕೆ ಪ್ರಕಟವಾಯಿತು. ನಂತರ ಮುದ್ರಣ ಸೌಲಭ್ಯ ವಿಸ್ತರಿಸಿದಂತೆಲ್ಲಾ ಜಗತ್ತಿನಾದ್ಯಂತ ಪತ್ರಿಕೆಗಳೂ ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ಪ್ರಕಟಗೊಳ್ಳಲು ಆರಂಭಿಸಿದವು. ವಿವಿಧ ಉದ್ದೇಶಗಳಿಗಾಗಿ ಭಾರತಕ್ಕೆ ಕಾಲಿರಿಸಿದ ಮುದ್ರಣ ಯಂತ್ರದ ಸಹಾಯದಿಂದ ಭಾರತದ ಮೊತ್ತಮೊದಲ ಪತ್ರಿಕೆಯಾದ 'ದಿ ಬೆಂಗಾಲ್ ಗೆಜೆಟ್' ಪ್ರಕಟಣೆಯಾಯಿತು. ಪತ್ರಿಕೆಗಳ ಪ್ರಕಟಣೆಯು ಭಾರತದಲ್ಲಿನ ವಿವಿಧ ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಭಾಷೆಗಳಲ್ಲೂ ಆರಂಭವಾಯಿತು. ಕ್ರಿ.ಶ. 1812ರಲ್ಲಿ ಬಳ್ಳಾರಿಯಲ್ಲಿ ಮುದ್ರಣ ಯಂತ್ರ ಸ್ಥಾಪನೆಗೊಂಡು ಪ್ರಕಟಿಸಿದ 'ಕನ್ನಡ ಸಮಾಚಾರ' (ಮಂಗಳೂರು ಸಮಾಚಾರ) ಪತ್ರಿಕೆಯೇ ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ಪ್ರಪ್ರಥಮ ಪತ್ರಿಕೆ ಕನ್ನಡದಲ್ಲಿ ಅನೇಕ ದಿನಪತ್ರಿಕೆಗಳು (ವೃತ್ತ ಪತ್ರಿಕೆಗಳು), ನಿಯತ ಕಾಲಿಕೆಗಳು, ವಾರಪತ್ರಿಕೆಗಳು, ಪಾಕ್ಷಿಕಗಳು, ಮಾಸ ಪತ್ರಿಕೆಗಳು, ವಾರ್ಷಿಕ ಪತ್ರಿಕೆಗಳು, ಸಂಜೆ ಪತ್ರಿಕೆಗಳು ಅಲ್ಲದೇ ಸಾಹಿತ್ಯ ಪತ್ರಿಕೆಗಳು, ಉದ್ಯೋಗಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಪತ್ರಿಕೆಗಳು ಜಾಹೀರಾತಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಪತ್ರಿಕೆಗಳು, ಸಮಾಜದ ವಿವಿಧ ವರ್ಗದ ಜನರಿಗೆ, ವಿವಿಧ ವಯೋಮಾನದ ಅಗತ್ಯ ಅಭಿರುಚಿಗಳಿಗೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಅನೇಕ ಪತ್ರಿಕೆಗಳು ಪ್ರಕಟವಾಗುತ್ತಿವೆ.

ಕನ್ನಡ ಪತ್ರಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ವೃತ್ತಪತ್ರಿಕೆಗಳಿಗೆ ಮಹತ್ವದ ಸ್ಥಾನವಿದೆ. ವೃತ್ತ ಪತ್ರಿಕೆಗಳು ಕೇವಲ ಸುದ್ಧಿ ಸಮಾಚಾರವನ್ನು ತಲುಪಿಸುವ ಕೆಲಸವನ್ನು ಮಾತ್ರ ಮಾಡುತ್ತಿಲ್ಲ. ಸಾಮಾಜಿಕವಾಗಿ, ರಾಜಕೀಯವಾಗಿ, ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕವಾಗಿ, ಶೈಕ್ಷಣಿಕವಾಗಿ ಸಾಹಿತ್ಯಕವಾಗಿ ಮಹತ್ವದ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸುತ್ತಿವೆ. ಅಲ್ಲದೆ ದಿನಪತ್ರಿಕೆಗಳು ಇತರ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಾದ ರೇಡಿಯೋ - ಮತ್ತು ದೂರದರ್ಶನದಿಂದ ಪ್ರಬಲವಾದ ಸ್ಪರ್ಧೆ ಎದುರಿಸುತ್ತಿವೆ. ಇಂತಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳೆದುರು ಕನ್ನಡ ಪತ್ರಿಕೆಗಳು ತಮ್ಮ ಅಸ್ತಿತ್ವವನ್ನು ಕಾಯ್ದಿರಿಸಿಕೊಳ್ಳುವಲ್ಲಿ ಪತ್ರಿಕೆಗಳ ಭಾಷಾ ಬಳಕೆಯು ಬಹುಮುಖ್ಯ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸುತ್ತದೆ.

ಕನ್ನಡ ದಿನಪತ್ರಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆ

ಕನ್ನಡದ ದಿನಪತ್ರಿಕೆಗಳು ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ವಿಶಿಷ್ಟವಾದ ಸ್ಥಾನವನ್ನು ಗಳಿಸಿವೆ. ಪ್ರಜಾವಾಣಿ, ವಿಜಯಕರ್ನಾಟಕ, ಕನ್ನಡ ಪ್ರಭ, ಸಂಯುಕ್ತ ಕರ್ನಾಟಕ, ಉದಯವಾಣಿ, ದಿ ಕನ್ನಡ ಟೈಮ್ಸ್ ಗಳಲ್ಲದೆ

ಪ್ರತಿದಿನ ಸಂಜೆ ಪ್ರಕಟವಾಗುತ್ತಿರುವ, ಸಂಜೆವಾಣಿ ಮತ್ತು ಈ ಸಂಜೆ ಪತ್ರಿಕೆಗಳು ಪ್ರಮುಖವಾದ ಕನ್ನಡದ ದಿನಪತ್ರಿಕೆಗಳಾಗಿವೆ. ಇಂದು ಈ ಕನ್ನಡ ದಿನಪತ್ರಿಕೆಗಳು ಇತರ ಮಾಧ್ಯಮಗಳೊಂದಿಗೆ ಪೈಪೋಟಿ ಎದುರಿಸುತ್ತಿರುವುದಲ್ಲದೇ ಈ ಪತ್ರಿಕೆಗಳ ನಡುವೆಯೇ ಪರಸ್ಪರ ಪೈಪೋಟಿಯಿದೆ. ದಿನಪತ್ರಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಬಂಡವಾಳ ತೊಡಗಿಸುವಿಕೆ, ಲಾಭ ಪಡೆಯುವಿಕೆ ಮತ್ತು ಪ್ರಚಾರ, ಜನಪ್ರಿಯತೆಯಲ್ಲಿ ಪೈಪೋಟಿ ನಡೆಯುತ್ತಿದೆ. ಈ ಪೈಪೋಟಿಯನ್ನು ಎದುರಿಸುವಲ್ಲಿ ದಿನಪತ್ರಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಬಳಕೆಯಾಗುತ್ತಿರುವ ಭಾಷೆಯು ಮಹತ್ವದ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸುತ್ತಿವೆ.

ಕನ್ನಡ ದಿನಪತ್ರಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಬಳಕೆಯಾಗುವ ಭಾಷೆಯು ಆ ಪತ್ರಿಕೆಯ ಜನಪ್ರಿಯತೆಯನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುವಷ್ಟು ಶಕ್ತಿಯುತವಾಗಿದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಒಂದು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಪತ್ರಿಕೆಯನ್ನು ನಿರಂತರವಾಗಿ ಓದುತ್ತಿರುವವರಿಗೆ ಒಮ್ಮೆ ಬೇರೆ ಪತ್ರಿಕೆ ಓದುವುದು ತ್ರಾಸದಾಯಕವೆನಿಸುತ್ತದೆ. ಕಾರಣ ಒಂದು ಪತ್ರಿಕೆಯ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆ, ಪದಗಳ ಆಯ್ಕೆ, ಮಂಡನೆಯ ಕ್ರಮ. ಭಾಷಾ ಬಳಕೆಯ ಶೈಲಿಯು ಅಲ್ಲದೆ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ವೈವಿಧ್ಯಮಯವಾದ ವರದಿ - ವಿಷಯಗಳ ನಿರೂಪಣೆ ಓದುಗನ ಮನಸ್ಥಿತಿಯನ್ನು ನಿಯಂತ್ರಿಸಿರುತ್ತವೆ. ಅಷ್ಟರಮಟ್ಟಿಗೆ ಭಾಷೆ ಪ್ರಬಲವಾದಂತಹ ಮಾಧ್ಯಮವಾಗಿದೆ.

ಕನ್ನಡ ದಿನಪತ್ರಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಸಾಹಿತ್ಯವನ್ನು ಬರಹವನ್ನು 'ಅವಸರದ ಸಾಹಿತ್ಯ'ವೆಂದೇ ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ. ಅವಸರದ ಸಾಹಿತ್ಯವೆಂದರೆ ವಸ್ತು, ಭಾಷೆ ಮತ್ತು ಬಂಧಗಳಲ್ಲಿ ಸಡಿಲತವನ್ನು ಹೊಂದಿರುವಂತದ್ದು ಎಂಬ ಅರ್ಥ ನೀಡುತ್ತದೆ. ಸುಮಾರು ದಶಕಗಳಿಂದ ಜಾಗತಿಕ ವಿದ್ಯಮಾನವನ್ನು ಪರಿಚಯಿಸುವ ಹೊಣೆಗಾರಿಕೆ ಪತ್ರಿಕೆಗಳ ಮೇಲಿದೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ಭಾಷೆಯ ಮೂಲಕ ರಾಶಿ ರಾಶಿಯಾಗಿ ಬಂದು ಬೀಳುವ ಸುದ್ದಿಗಳಲ್ಲಿ ಬೇಕಾದುದನ್ನು ಆರಿಸಿಕೊಂಡು ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಗೆ ಭಾಷಾಂತರಿಸಿಕೊಂಡು ಪ್ರಕಟಿಸಬೇಕಾದ ತುರ್ತು ಭಾಷೆಗಿದೆ. ಕಡಿಮೆ ಸಮಯಾವಕಾಶದಲ್ಲಿ ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ಪದಕ್ಕೆ ಸಂವಾದಿಯಾದ ಸಮಾನವಾದ ಕನ್ನಡ ಪದ ಬಳಸಬೇಕಾದ ಅಗತ್ಯ ಅನಿವಾರ್ಯತೆ ಕನ್ನಡ ವೃತ್ತ ಪತ್ರಿಕೆಗಳಿಗಿದೆ. ಈ ಅನಿವಾರ್ಯತೆಯಲ್ಲಿ ಹೊಸ ಹೊಸ ಪದಗಳನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಬೇಕಾದ ಅಗತ್ಯತೆ ಇರುತ್ತದೆ. ಅದರೊಂದಿಗೆ ಜನರಿಗೆ ಸುಲಭವಾಗಿ ಗ್ರಹಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುವಂತಿರಬೇಕು. ಇದು ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆಯಲ್ಲಿ ಬರಹಗಾರರಿಗೆ ಇರಬೇಕಾದ ಹೊಣೆಗಾರಿಕೆಯೂ ಆಗಿದೆ.

ಕನ್ನಡ ವೃತ್ತಪತ್ರಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಬಳಕೆಯಾಗುವ ಭಾಷೆ ಸರಳವಾಗಿರಬೇಕು, ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿರಬೇಕು. ಜನರ ಭಾಷೆಗೆ ಹತ್ತಿರವಾಗಿರಬೇಕು, ಶುದ್ಧವಾಗಿರಬೇಕು. ನಿಖರವಾಗಿರಬೇಕು. ಚೊಕ್ಕವಾಗಿ ಅಚ್ಚುಕಟ್ಟಾಗಿರಬೇಕು. ಸಾಮಾನ್ಯರಿಗೂ ಅರ್ಥವಾಗುವಂತಹ ಗ್ರಹಿಸಲು ಸುಲಭವಾಗುವಂತಹ ಪದಬಳಕೆಯಿರಬೇಕು. ಪತ್ರಿಕೆಗಳು ಓದುಗನನ್ನು ಗಮನದಲ್ಲಿಟ್ಟುಕೊಂಡು ಬರಹದ ಭಾಷೆಯನ್ನು ರೂಪಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಹಾಗಾಗಿಯೇ ಡಿ.ವಿ. ಗುಂಡಪ್ಪನವರು ಪತ್ರಿಕೆಗಳ ಭಾಷೆ, ಸುಲಭತೆ, ಸ್ಪಷ್ಟತೆ ಮತ್ತು ನಿಷ್ಕರ್ಷೆ ಈ ಮೂರು ಗುಣಗಳಿಂದ ಕೂಡಿರಬೇಕೆಂದು ಹೇಳಿರುವುದನ್ನು ಗಮನಿಸಬಹುದು.

ಕನ್ನಡದ ದಿನಪತ್ರಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಇಂದು ಬಳಕೆಯಾಗುತ್ತಿರುವ ಭಾಷೆ ಸಮುದಾಯದ, ಓದುಗರ ಭಾಷೆಯೇ ಆಗಿರುತ್ತದೆ. ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ಪತ್ರಿಕೆಯ ಭಾಷೆಯೇ ಜನ ಭಾಷೆಯೇ ಆಗಿ ಪರಿವರ್ತನೆಯಾಗುತ್ತದೆ. ಪತ್ರಿಕೆಗಳು

ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ಬೆಳವಣಿಗೆಯಲ್ಲಿಯೂ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸುತ್ತಿವೆ. ಜನರೂ ಪತ್ರಿಕೆಯ ಭಾಷೆಯನ್ನು ಬಳಸುವ ಮೂಲಕ ಭಾಷೆಯ ಬೆಳವಣಿಗೆಗೆ ಕಾರಣರಾಗುತ್ತಾರೆ. ಜನಭಾಷೆಗೆ ಪೂರಕವಾಗಿರುವ ಭಾಷೆಯು ಪ್ರಜಾತಂತ್ರ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಗಟ್ಟಿಗೊಳಿಸುತ್ತವೆ. ಇವೇ ಮಾತನ್ನು ಬೆಂಬಲಿಸುತ್ತಾ ಡಿ.ವಿ. ರಾಜಶೇಖರ್‌ರವರು ಈ ರೀತಿ ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಡುತ್ತಾರೆ. "ಸಾಮಾನ್ಯ ಜನರು ಆಡುವ ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯುವ ಯಾವುದೇ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮ ಪ್ರಜಾತಂತ್ರದ ಪರವಾಗಿರುತ್ತದೆಂಬುದು ಮುಖ್ಯ"[೧] ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಡುತ್ತಾರೆ. ಇದು ಪತ್ರಿಕಾ ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ಕುರಿತಂತೆ ಎಲ್ಲಾ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಿಗೂ ಅನ್ವಯವಾಗುತ್ತದೆ.

ಕನ್ನಡ ವೃತ್ತ ಪತ್ರಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಬಳಕೆಯಾಗುವ ಭಾಷೆಯು ಶುದ್ಧವಾಗಿರಬೇಕು ಎಂದು ಎಲ್ಲರೂ ಹೇಳುವುದುಂಟು. ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿ ಶುದ್ಧತೆಯನ್ನು ಮೂರು ಮುಖ್ಯ ಲಕ್ಷಣಗಳ ಮೂಲಕ ಕೆ.ವಿ. ನಾರಾಯಣರವರು ಈ ರೀತಿ ಗುರುತಿಸಿದ್ದಾರೆ. "ಒಂದು: ಬರಹದಲ್ಲಿ ಕಾಗುಣಿತ ದೋಷವಿರಬಾರದು, ಎರಡು : ಅಪಶಬ್ದ ಪ್ರಯೋಗ ಇಲ್ಲದಿರುವುದು, ಮೂರು : ವ್ಯಾಕರಣ ಬದ್ಧವಾದ ಭಾಷೆಯನ್ನು ಬಳಸಬೇಕೆಂದೂ, ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಮುದ್ರಿತ ಭಾಷೆಯನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸುವ ಮಾಧ್ಯಮಗಳೆಲ್ಲವೂ ಈ ಕಟ್ಟುಪಾಡನ್ನು ಎಡೆಬಿಡದೇ ಅನುಸರಿಸುತ್ತವೆ."[೨] ಎಂದು ಕೆ.ವಿ. ನಾರಾಯಣರವರು ಹೇಳಿದ್ದಾರೆ.

ಕನ್ನಡದ ದಿನಪತ್ರಿಕೆಗಳನ್ನು ಗಮನಿಸಿದರೆ ಸರಾಸರಿ ಹತ್ತರಿಂದ ಹನ್ನೆರಡು ಪುಟಗಳಿಂದ ಕೂಡಿರುತ್ತವೆ. ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಯಾರೂ ಇಡೀ ಪತ್ರಿಕೆಯನ್ನು ಒಂದು ಅಕ್ಷರವನ್ನೂ ಬಿಡದೆ ಓದುವುದಿಲ್ಲ. ತಮಗೆ ಅಗತ್ಯವಿರುವ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಿಕೊಂಡು ಮಾತ್ರ ಓದುತ್ತಾರೆ. ಅಲ್ಲದೆ ಇಡೀ ಪತ್ರಿಕೆ ಬರಹವನ್ನು ವಿವಿಧ ಬರಹಗಾರರು ಬರೆದಿರುತ್ತಾರೆ. ಓದುಗನಿಗೆ ಆಯ್ಕೆಯ ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯವಿರುತ್ತದೆ. ಪತ್ರಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಮೊದಲನೆಯ ಮತ್ತು ಕೊನೆಯ ಪುಟಗಳು ಮುಖ್ಯವಾಗಿದ್ದು ನಡುವಿನ ಪುಟಗಳ ವಿನ್ಯಾಸ, ವಿಷಯ ನಿರೂಪಣೆಯ ಕ್ರಮವು ಭಿನ್ನವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಪತ್ರಿಕೆಗಳ ಭಾಷೆಯು ಓದುಗರ ಆಸಕ್ತಿ, ಬಿಡುವು ಮತ್ತು ಗ್ರಹಿಕೆಯ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿರುತ್ತದೆ. ಅಲ್ಲದೆ ಪತ್ರಿಕೆಗಳನ್ನು ಓದಲು ಪತ್ರಿಕಾ ವರದಿಗಳ - ಬರಹಗಳನ್ನು ಓದಲು ವರದಿಗಳ ಶೀರ್ಷಿಕೆಗಳು ಪ್ರಮುಖ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸುತ್ತವೆ. ವೃತ್ತ ಪತ್ರಿಕೆಗಳ ತಲೆಬರಹ ಮತ್ತು ಶೀರ್ಷಿಕೆಗಳಲ್ಲಿನ ಭಾಷಿಕ ಬಳಕೆಯು ಪತ್ರಿಕೆಗಳ ಜನಪ್ರಿಯತೆಯನ್ನು ಪ್ರಚಾರವನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತವೆ.

ಕನ್ನಡ ದಿನಪತ್ರಿಕೆಗಳಲ್ಲಿನ ತಲೆಬರಹ ಮತ್ತು ಶೀರ್ಷಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆಯ ಸ್ವರೂಪ :

ಪತ್ರಿಕೆಯ ತಲೆಬರಹವು ದಿನಪತ್ರಿಕೆಗಳ ಮೊದಲ ಪುಟದಲ್ಲಿ ಪ್ರಕಟವಾಗುವಂತಹದ್ದಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಆ ದಿನದ ಅತ್ಯಂತ ಮಹತ್ವವಾದ ಸುದ್ದಿಯು ತಲೆಬರಹವಾಗಿ ಪ್ರಕಟವಾಗುತ್ತದೆ. ತಲೆಬರಹವು ವಿಶೇಷವಾದ ಪದ ಪ್ರಯೋಗದ ಮೂಲಕ, ಭಾಷಿಕ ವಿನ್ಯಾಸದೊಂದಿಗೆ, ಅಕ್ಷರಗಳ ಗಾತ್ರದಲ್ಲೂ ಬದಲಾವಣೆ ಮಾಡಿ, ಆಕರ್ಷಕವಾಗಿ ಪ್ರಕಟಿಸಿರಲಾಗುತ್ತದೆ. ಇದು ಪತ್ರಿಕೆಯ ಕಡೆಗೆ ಓದುಗರ ಗಮನವನ್ನು ಸೆಳೆಯಲು ಪತ್ರಿಕೆಗಳು ನಡೆಸುವ ಒಂದು ಭಾಷಿಕ ತಂತ್ರವೇ ಆಗಿದೆ.

ಕನ್ನಡದ ದಿನಪತ್ರಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಕಟವಾದ ತಲೆಬರಹದ ಕೆಲವು ಉದಾಹರಣೆಗಳನ್ನು ಗಮನಿಸೋಣ.

* ಸರಿದ ವಿವಾದದ ತೆರೆ (ವಿಜಯಕರ್ನಾಟಕ, ದೈನಿಕ, ೧೦.೦೪.೦೯)

* ಸೌಹಾರ್ದ ಶಕೆಯ ಶುಭಾರಂಭ (ಉದಯವಾಣಿ, ದೈನಿಕ, ೧೦.೦೮.೦೯)
* ಭಾವನಾತ್ಮಕ ಬೆಸುಗೆಗೆ ನಾಂದಿ (ಪ್ರಜಾವಾಣಿ, ದೈನಿಕ, ೧೦.೦೮.೦೯)
* ಸರಿದ ತೆರೆ ಬೆಳಗಿದ ದಾರ್ಶನಿಕ (ದಿ ಟೈಮ್ಸ್ ಆಫ್ ಇಂಡಿಯಾ, ೧೦.೦೮.೦೯)

ಈ ಎಲ್ಲಾ ತಲೆಬರಹಗಳು ತಮಿಳುನಾಡಿನ ಮಹಾದಾರ್ಶನಿಕ ತಿರುವಳ್ಳುವರ್ ಪತ್ರಿಮೆಯು ಎಲ್ಲಾ ವಾದ ವಿವಾದಗಳ ನಡುವೆಯೂ ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ಅನಾವರಣಗೊಂಡ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಆ ಸುದ್ದಿ ಪತ್ರಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ತಲೆಬರಹದಲ್ಲಿ ಕಾಣಿಸಿಕೊಂಡ ಬಗೆ.

ಎಲ್ಲಾ ಪತ್ರಿಕೆಗಳು ಎರಡು ರಾಜ್ಯಗಳ ಬಾಂಧವ್ಯಕ್ಕೆ, ಪ್ರತಿಮೆಯ ಅನಾವರಣಕ್ಕೆ ಒತ್ತು ನೀಡಿದ್ದರೆ, ವಿಜಯ ಕರ್ನಾಟಕ ಪತ್ರಿಕೆಯು ವಿವಾದದ ನಡುವೆಯು ಪ್ರತಿಮೆ ಅನಾವರಣಗೊಂಡದ್ದಕ್ಕೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಗಮನಹರಿಸಿದೆ. ಇಲ್ಲಿ ಪತ್ರಿಕೆಗಳ ತಲೆಬರಹವು ಪತ್ರಿಕೆಯ ತಾತ್ವಿಕ ನಿಲುವುಗಳನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತವೆ. ವಿಶಿಷ್ಟ ಪದ ಬಳಕೆಯು ತಲೆಬರಹದಲ್ಲಿ ಮುಖ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ.

ಕನ್ನಡ ಪತ್ರಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಶೀರ್ಷಿಕೆಗಳು ಓದುಗನಿಗೆ ಯಾವ ವಿಚಾರವನ್ನು ಓದಬೇಕು ಎಂಬುದನ್ನು ತಿಳಿಸುವಂತಿರುತ್ತವೆ. ವಿವರವನ್ನು ಓದಲು ಶೀರ್ಷಿಕೆಗಳೇ ಓದುಗನನ್ನು ನಿರ್ದೇಶಿಸುತ್ತವೆ. ಪತ್ರಿಕೆಯಲ್ಲಿನ ಶೀರ್ಷಿಕೆಯು ಇಡೀ ಸುದ್ದಿಯ ಸಾರಾಂಶವನ್ನು - ತಿರುಳನ್ನು ಸೂಚಿಸುವಂತಿರುತ್ತವೆ. ಶೀರ್ಷಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಬಳಸುವ ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿ ಸ್ಪಷ್ಟವಾದ ಕೆಲವೇ ಪದಗಳನ್ನು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಿರಲಾಗುತ್ತದೆ. ವಿವರಣೆಗೂ ಶೀರ್ಷಿಕೆಗೂ ನಡುವೆ ಸಂಬಂಧವಿರುತ್ತದೆ. ಶೀರ್ಷಿಕೆಯು ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿದ್ದು ಸರಳವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ವಿಶಿಷ್ಟ ಪದರಚನೆಯಿಂದ ಕೂಡಿದ್ದು ಆಕರ್ಷಕವಾಗಿದ್ದು ಓದುಗನಿಗೆ ಸುಲಭವಾಗಿ ಅರ್ಥವಾಗುವಂತಿರುತ್ತದೆ. ಶೀರ್ಷಿಕೆಗಳು ಅವುಗಳು ಬಳಸುವ ಪದ ಪುಂಜಗಳಿಂದಲೇ ಮಹತ್ವ ಪಡೆಯುತ್ತವೆ.

ಉದಾಹರಣೆಗೆ :

"ಹಾಲಲ್ಲಿ ಅರಳಿದ ಕಮಲ" (ವಿಜಯ ಕರ್ನಾಟಕ ದೈನಿಕ, ೧೦.೦೮.೦೯) ಈ ಶೀರ್ಷಿಕೆಯು ಕೆ.ಎಂ.ಎಫ್. ಸಂಸ್ಥೆಯು ಜೆ.ಡಿ.ಎಸ್.ನಿಂದ ಬಿ.ಜೆ.ಪಿ. ಕೈಗೆ ಸೇರಿದ್ದನ್ನು ಸೂಚಕ ಪದಗಳ ಮೂಲಕವೇ ಅತ್ಯಂತ ಸರಳವಾಗಿ ಆಕರ್ಷಕ ಶೀರ್ಷಿಕೆಯ ಮೂಲಕ ತಿಳಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಇನ್ನೂ ಕೆಲವು ಉದಾಹರಣೆಗಳನ್ನು ಗಮನಿಸೋಣ :

* ಪ್ರಶಸ್ತಿ : ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರ ನಿರಾಸಕ್ತಿ (ಉದಯವಾಣಿ, ದೈನಿಕ, ೧೦.೦೮.೦೯)
* ಹರಿದು ಬಂದ ಜನಸಾಗರ, ಮುಗಿಲು ಮುಟ್ಟಿದ ಹರ್ಷೋದ್ಗಾರ (ಉದಯವಾಣಿ, ದೈನಿಕ, ೧೦.೦೮.೦೯)
* ಬಂದ್ ಇಲ್ಲ ; ಬಂದೋ ಬಸ್ತ್ ಎಲ್ಲಾ (ವಿಜಯ ಕರ್ನಾಟಕ, ದೈನಿಕ, ೧೦.೦೮.೦೯)

ಈ ಶೀರ್ಷಿಕೆಗಳನ್ನು ಗಮನಿಸಿದಾಗ ಪ್ರಾಸದಿಂದ ಕೂಡಿದ ವಾಕ್ಯ ರಚನೆಗಳು ಓದುಗರನ್ನು ಆಕರ್ಷಿಸುವ ಭಾಷಿಕ ತಂತ್ರಗಳೇ ಆಗಿರುತ್ತವೆ.

ಶೀರ್ಷಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಲೇಖನ ಚಿಹ್ನೆಗಳ ಬಳಕೆ ಪ್ರಮುಖವಾದಂತಹವು. ಪೂರ್ಣ ವಿರಾಮ, ಅರ್ಧವಿರಾಮ, ಅಲ್ಪವಿರಾಮ, ಆಶ್ಚರ್ಯಸೂಚಕ, ಪ್ರಶ್ನಾರ್ಥಕ ಚಿಹ್ನೆ, ಉದ್ಧರಣ ಚಿಹ್ನೆ, ವಿವರಣ ಚಿಹ್ನೆಗಳು ಸೂಕ್ತ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ಬಳಸಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಉದಾಹರಣೆಗೆ :

* ಎಚ್1 ಎನ್1 ; ಇಬ್ಬರು ಬಲಿ.
* ಸಂಸದರು, ಶಾಸಕರಿಗೆ ಶಾಸನ ಬದ್ಧ ರಕ್ಷಣೆ ತೆಗೆಯಲು ಶಿಫಾರಸ್ಸು.
* ಹಬ್ಬಿದ ಹಂದಿ ಜ್ವರದ ಭೀತಿ. ಎಚ್ಚರ!

ಈ ರೀತಿಯಾಗಿ ಲೇಖನ ಚಿಹ್ನೆಗಳು ವಾಕ್ಯದಲ್ಲಿ ಔಚಿತ್ಯಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಬಳಕೆಗೊಂಡಾಗ ಅರ್ಥ ಸ್ಪಷ್ಟತೆ ಉಂಟಾಗಿ, ಗೊಂದಲ, ಸಂದೇಹಗಳು ನಿವಾರಣೆಯಾಗುತ್ತದೆ. ಶೀರ್ಷಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಶ್ನಾರ್ತಕ ಚಿಹ್ನೆ ಬಳಸುವುದು ಉಚಿತವಲ್ಲವೆಂದು ಡಾ|| ಟಿ.ಸಿ. ಪೂರ್ಣಿಮಾರವರು ಈ ರೀತಿ ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಡುತ್ತಾರೆ. “ಶೀರ್ಷಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಸಂದೇಹವನ್ನು ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸುವ ಪ್ರಶ್ನಾರ್ಥಕ ಚಿಹ್ನೆಯನ್ನು ಕನ್ನಡ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮದಲ್ಲಿ ಆಗಾಗ್ಗೆ ಬಳಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಪತ್ರಿಕೆ ತನಗಿರುವ ಸಂದೇಹವನ್ನು ಪ್ರಶ್ನಾರ್ಥಕ ಚಿಹ್ನೆಯ ಮೂಲಕ ಸೂಚಿಸಿ ಓದುಗನಿಗೇ ಪ್ರಶ್ನೆ ಕೇಳಿದಂತಾಗುತ್ತದೆ. ಪತ್ರಿಕೆ ಇರುವುದು ಓದುಗನಿಗೆ ಹೇಳುವುದಕ್ಕೆ, ಅವರನ್ನೇ ಕೇಳುವುದಕ್ಕಲ್ಲ, ಹಾಗೊಂದು ವೇಳೆ ಅಂತಹ ಸಂದೇಹವಿದ್ದರೆ ಅದನ್ನು ಶೀಘ್ರ ಬಗೆಹರಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕಾದದ್ದು ಪತ್ರಿಕೆಯ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿರುತ್ತದೆ. ಬೇಗನೆ ಸುದ್ದಿ ನೀಡಬೇಕೆಂಬ ತರಾತುರಿಯಲ್ಲಿ ಇಂತಹ ಸುದ್ದಿ ಘಟಿಸಬಹುದೇ? ಎಂಬ ನಿರೀಕ್ಷೆಯೊಂದಿಗೆ ಶೀರ್ಷಿಕೆ ಬರೆಯುವುದು ಪತ್ರಿಕೆಗೇ ಕ್ಷೇಮವಲ್ಲ”[೨] ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಪಡುತ್ತಾರೆ.

ಆದರೆ ಅಂಕಣ ಬರಹದ ಶೀರ್ಷಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಶ್ನಾರ್ಥಕ ಚಿಹ್ನೆ ಬಳಕೆ ಉಚಿತವೆನಿಸುತ್ತದೆ. ಕಾರಣ ಅದು ಚಿಂತನೆಯನ್ನು, ವಿಚಾರವನ್ನು ಓದುಗನ ಮುಂದಿಡುವುದಲ್ಲವೆ ಓದುಗನಲ್ಲೂ ಆ ವಿಚಾರ ಕುರಿತ ಚಿಂತನೆ - ಪ್ರಶ್ನೆ ಮೂಡಲಿ ಆ ಮೂಲಕ ಉತ್ತರ ಕಂಡುಕೊಳ್ಳಲಿ ಎಂಬ ತಾತ್ವಿಕ ಉದ್ದೇಶದೊಂದಿಗೆ ಪ್ರಶ್ನಾರ್ಥಕ ಚಿಹ್ನೆಯನ್ನು ಬಳಸಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಉದಾಹರಣೆಗೆ :

* ಕೇವಲ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಶಿಕ್ಷಣ ಕಡ್ಡಾಯವಾದರೆ ಸಾಕೆ ? (ವಿಜಯ ಕರ್ನಾಟಕ, ದೈನಿಕ, ೧೦.೦೮.೦೯)
* ನ್ಯಾಯದೇವತೆ ಕಣ್ಣಲ್ಲಿ ಎಲ್ಲರೂ ಸಮಾನರಲ್ಲವೇ? (ಪ್ರಜಾವಾಣಿ, ದೈನಿಕ, ೧೦.೦೮.೦೯)

ಸುದ್ದಿ - ವರದಿಗಳಲ್ಲಿ ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆ

ಸುದ್ದಿಯೇ ಪತ್ರಿಕೆಗಳ ಜೀವಾಳ. ಪ್ರಚಲಿತ ಸುದ್ದಿಯನ್ನು ಹೊರತುಪಡಿಸಿದರೆ ಪತ್ರಿಕೆಗಳು ಬೇರೆ ಯಾವ ಸುದ್ದಿಯ ಬಗೆಗೂ ಜನರನ್ನು ಆಕರ್ಷಿಸುವುದಿಲ್ಲ. ದಿನಪತ್ರಿಕೆಗಳ ಸುದ್ದಿಯ ತಾಜಾತನ ಒಂದೇ ದಿನದ್ದು. ಆನಂತರ ಆ ಸುದ್ದಿಗೆ ಯಾವುದೇ ಬೆಲೆಯಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಹಾಗಾಗಿ ಆಯಾ ದಿನದ ತಾಜಾ ಸುದ್ದಿ ಅತೀ ಶೀಘ್ರದಲ್ಲಿ ಓದುಗನನ್ನು ತಲುಪಬೇಕು.

ದಿನಪತ್ರಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಸುದ್ದಿಯು - ವರದಿಯು ಸತ್ಯಕ್ಕೆ ಹತ್ತಿರವಾಗಿದ್ದು ವಸ್ತು ನಿಷ್ಠವಾಗಿರಬೇಕು. ವಾಕ್ಯಗಳ ಪದರಚನೆಯಲ್ಲಿ, ಪದಗಳ ಆಯ್ಕೆಯಲ್ಲಿ ಬಹು ಎಚ್ಚರವಹಿಸಬೇಕು. ಸರಿಯಾದ ಲೇಖನ ಚಿಹ್ನೆಗಳೊಂದಿಗೆ ವರದಿಯು ಪ್ರಕಟವಾಗಿರಬೇಕು. ಸೂಕ್ತಪದಗಳನ್ನು ಸೂಕ್ತ ಸ್ಥಳದಲ್ಲಿ ಬಳಸಿ ಓದುಗನಿಗೆ ಅರ್ಥಗ್ರಹಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಉಂಟಾಗುವ ಗೊಂದಲವನ್ನು ತಡೆಯಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.

ಉದಾಹರಣೆಗೆ :

"ಚುನಾವಣೆಯಲ್ಲಿ ಆರ್.ಜೆ.ಡಿ. ವಿರೋಧಿಸಿದ ಕಾಂಗ್ರೆಸ್ ಸರ್ಕಾರ ರಚನೆಯಲ್ಲಿ ಆ ಪಕ್ಷಕ್ಕೆ ಬೆಂಬಲ ನೀಡಿತು"

ಈ ವಾಕ್ಯದಲ್ಲಿ 'ಕಾಂಗ್ರೆಸ್ ಸರ್ಕಾರ' ಎಂಬುದನ್ನು ಒಂದು ಘಟಕವಾಗಿ ಸ್ವೀಕರಿಸಿ ಓದುವ ಸಾಧ್ಯತೆಯೇ ಹೆಚ್ಚು. ಆಗ ಮುಂದಿನ ಪದಗಳಿಗೆ ಯಾವುದೇ ಅರ್ಥವಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಮುಂದಿನ ಪದಗುಚ್ಛಗಳು ಅರ್ಥಹೀನವಾಗುತ್ತವೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಕಾಂಗ್ರೆಸ್ ಎಂಬುದು ಒಂದು ಘಟಕವಾಗಿದ್ದು ಹಿಂದಿನ ಪದಗುಚ್ಛಗಳೊಂದಿಗೆ ಸೇರಿದಾಗ ಮಾತ್ರ ವಾಕ್ಯ ಅರ್ಥಪೂರ್ಣವಾಗುತ್ತದೆ. ಆಗ 'ಕಾಂಗ್ರೆಸ್' ಎಂಬುದು ಕಾಂಗ್ರೆಸ್ಸು ಎಂಬುದಾಗಿ ತಿದ್ದಿಕೊಂಡರೆ ಅಥವಾ 'ಸರ್ಕಾರರಚನೆಯಲ್ಲಿ' ಎಂದು ಒಂದೇ ಪದವಾಗಿ ಮುದ್ರಿಸಿದರೆ ಅರ್ಥ ಸ್ಪಷ್ಟತೆ ಉಂಟಾಗುತ್ತದೆ. ಆಗ "ಚುನಾವಣೆಯಲ್ಲಿ ಆರ್.ಜೆ.ಡಿ. ವಿರೋಧಿಸಿದ ಕಾಂಗ್ರೆಸ್ಸು ಸರ್ಕಾರರಚನೆಯಲ್ಲಿ ಆ ಪಕ್ಷಕ್ಕೆ ಬೆಂಬಲ ನೀಡಿತು" ಎಂದಾಗಿ ಸ್ಪಷ್ಟವಾದ ಅರ್ಥಪೂರ್ಣವಾದ ವಾಕ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ.

ಪತ್ರಿಕಾ ವರದಿಗಳು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಎಲ್ಲಾ ಕ್ಷೇತ್ರಕ್ಕೂ ಸಂಬಂಧಿಸಿದವುಗಳಾಗಿರುತ್ತವೆ. ರಾಜಕೀಯ, ಸಾಮಾಜಿಕ, ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ, ಸಾಹಿತ್ಯಕ, ಕ್ರೀಡೆ, ಕಾನೂನು, ಅಪರಾಧ ಹೀಗೆ ಎಲ್ಲಾ ಕ್ಷೇತ್ರವನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ. ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಕ್ಷೇತ್ರಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಭಾಷಾ ಬಳಕೆಯೂ - ಪದಗಳ ಆಯ್ಕೆಯೂ ವೈವಿಧ್ಯತೆಯಿಂದ ಕೂಡಿರುತ್ತದೆ.

ಉದಾಹರಣೆಗಳನ್ನು ಗಮನಿಸೋಣ.

೧. "ನಗರದ ಚನ್ನಮ್ಮನ ಕೆರೆ ಅಚ್ಚುಕಟ್ಟು ಬಳಿ ದೂರದರ್ಶನದ ಮಾಜಿ ನಿರ್ದೇಶಕರ ಪತ್ನಿಯನ್ನು ಬರ್ಬರವಾಗಿ ಹತ್ಯೆ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ. ಆಕೆಯ ಅಂಗಾಂಗಗಳನ್ನೆಲ್ಲಾ ಮಚ್ಚಿನಿಂದ ಕೊಚ್ಚಿ, ಕತ್ತರಿಸಿ ಕೊಲ್ಲಲಾಗಿದೆ."

೨. "ವೇಗಿಗಳಾದ ಮಿಚೆಲ್ ಜಾನ್ಸನ್ ಮತ್ತು ಬೆನ್ ಅವರ ಮಾರಕ ದಾಳಿಯ ನೆರವಿನಿಂದ ಆಸ್ಟ್ರೇಲಿಯಾ ತಂಡ ನಾಲ್ಕನೇ ಟೆಸ್ಟ್ ಪಂದ್ಯದ ದ್ವಿತೀಯ ಇನ್ನಿಂಗ್ಸ್‌ನಲ್ಲಿ ಇಂಗ್ಲೆಂಡ್ ತಂಡಕ್ಕೆ ಕಡಿವಾಣ ಹಾಕಿ ೮೦ ರನ್ ಅಂತರದ ಭರ್ಜರಿ ಜಯ ಸಂಪಾದಿಸಿದೆ."

ಈ ವರದಿಗಳಲ್ಲಿ ಮೊದಲನೆಯ ವರದಿಯು ಅಪರಾಧವನ್ನು ಕುರಿತದ್ದು ಇಲ್ಲಿ ಬಳಸಲಾಗಿರುವ ಬರ್ಬರ ಹತ್ಯೆ. ಕೊಚ್ಚು, ಕೊಲ್ಲು, ಕತ್ತರಿಸು, ಹತ್ಯೆ ಮೊದಲಾದ ಪದಗಳು ಘಟನೆಯನ್ನು ಅದರ ತೀವ್ರತೆಯನ್ನು ವಿವರಿಸುವಂತಹ ಪದಗಳ ಬಳಕೆಯಾಗಿದೆ.

ಎರಡನೆಯ ವರದಿಯು ಕ್ರೀಡಾ ವರದಿಯಾಗಿದ್ದು ಮಾರಕ ದಾಳಿ, ಕಡಿವಾಣ, ಪದಗಳನ್ನು ವಿಶೇಷವಾಗಿ ಬಳಕೆಯಾಗಿದೆ. ಅಲ್ಲದೆ ಟೆಸ್ಟ್, ಇನ್ನಿಂಗ್ಸ್, ರನ್ ಎಂಬ ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ಪದಗಳ ಬಳಕೆ ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ಕ್ರೀಡಾ ವರದಿಗಳಲ್ಲಿ ಕಂಡು ಬರುತ್ತವೆ.

ಈ ರೀತಿ ಎಲ್ಲಾ ವರದಿಗಳಲ್ಲಿ ಒಂದೇ ರೀತಿಯ ಪದಗಳ ಆಯ್ಕೆ, ಬಳಕೆ ಮತ್ತು ವಾಕ್ಯರಚನೆಯಿರದೆ ವಿಷಯ - ವರದಿಗೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯು ಬಳಕೆಯಾಗುತ್ತದೆ.

ಕನ್ನಡ ಪತ್ರಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ವರದಿಗಾರರು, ಬರಹಗಾರರು ಸುದ್ದಿಗಳನ್ನು ಬರೆಯುವಾಗ ವಿಶೇಷವಾದ ಗಮನಹರಿಸಬೇಕು. ಪತ್ರಿಕೆಗಳಿಗೆ ಸಾಮಾಜಿಕ ಹೊಣೆಗಾರಿಕೆ ಇರುತ್ತದೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಪದಗಳ ಬಳಕೆ ಮತ್ತು ವಾಕ್ಯ ರಚನೆಯಲ್ಲಿ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯುತವಾಗಿ ನಡೆದುಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ಪತ್ರಿಕೆಯನ್ನು ಸಮಾಜದ ಎಲ್ಲಾ ವರ್ಗದ ಜನರೂ ಓದುತ್ತಾರೆ. ಸಾಮಾಜಿಕ ಬೇಧ ಉಂಟು ಮಾಡುವಂತಹ ಪದಗಳ ಬಳಕೆಯಿಂದ ಸಾಮಾಜಿಕ ಘರ್ಷಣೆ ಉಂಟಾಗಬಹುದು. ಸಾಮಾಜಿಕ ಅಶಾಂತಿಗೆ ಕಾರಣವಾಗಬಹುದು. ಹಾಗಾಗಿ ಪತ್ರಿಕೆಗಳು ಅತ್ಯಂತ ಎಚ್ಚರದಿಂದ ಪದಬಳಕೆ ಮಾಡಬೇಕು.

ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಕೆಲವು ಮಾದರಿಗಳನ್ನು ಗಮನಿಸೋಣ :

* 'ನಗರದಲ್ಲಿ ನಡೆದ ಘಟನೆಯೊಂದರಲ್ಲಿ ದಲಿತನ ಮೇಲೆ ಹಲ್ಲೆ'
* ಮಂಗಳೂರಿನಲ್ಲಿ ಸವರ್ಣೀಯರಿಂದ ದಲಿತರ ಮೇಲೆ ದಾಳಿ ಹಿಂಸೆ.
* ಬಸ್ ಅಪಘಾತದಲ್ಲಿ ಮಹಿಳೆ, ಮಕ್ಕಳು ಸೇರಿದಂತೆ ಎಂಟು ಮಂದಿ ಸಾವನ್ನಪ್ಪಿದ್ದಾರೆ.
* ಆಸ್ಟ್ರೇಲಿಯಾದಲ್ಲಿ ಮತ್ತೆ ಭಾರತೀಯರ ಮೇಲೆ ಹಲ್ಲೆ.

ಈ ವರದಿಗಳಲ್ಲಿ ವಾಕ್ಯಗಳನ್ನು ಗಮನಿಸಿದಾಗ ಸವರ್ಣೀಯ, ದಲಿತ, ಭಾರತೀಯ ಮೊದಲಾದ ಪದಗಳ ಮೇಲೆ ಹೆಚ್ಚು ಒತ್ತು ನೀಡಲಾಗಿದ್ದು, ಸಾಮಾಜಿಕವಾದ ಭೇದ ಹಾಗೂ ಶೋಷಣೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚು ಬಿಂಬಿಸಲಾಗಿದೆ. ಅಲ್ಲದೆ ಮಹಿಳೆಯರು ಮತ್ತು ಮಕ್ಕಳು ಎಂಬ ಪದಗಳು ಸಾಮಾಜಿಕವಾಗಿ ಅಬಲವಾದ ಸಮುದಾಯವೆಂದು ಕನಿಕರ ತೋರುವ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ. ಈ ರೀತಿ ಪತ್ರಿಕೆಗಳು ಜನರ ಮನಸ್ಸಿನಲ್ಲಿ ಅಶಾಂತಿ ಬೀಜ ಬಿತ್ತಿ ವರ್ಣ - ವರ್ಗ - ಜನಾಂಗಿಯ ಸಂಘರ್ಷಕ್ಕೆ ಎಡೆ ಮಾಡಿಕೊಡುತ್ತವೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಕನ್ನಡದ ದಿನಪತ್ರಿಕೆಗಳು ಪದಬಳಕೆ ಮತ್ತು ನಿರೂಪಣೆಯಲ್ಲಿ ಭಾಷಾ ಬಳಕೆಯಲ್ಲಿ ಅತ್ಯಂತ ಎಚ್ಚರವಹಿಸಬೇಕು.

ನುಡಿಚಿತ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆ

ದಿನಪತ್ರಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ನುಡಿಚಿತ್ರಗಳಿಗೆ ವಿಶೇಷವಾದ ಸ್ಥಾನವಿದೆ. ಕಾರಣ ಅವು ಓದುಗನ ಮನಸ್ಸಿನ ಮೇಲೆ ಗಾಢವಾದ ಪರಿಣಾಮವನ್ನು ಬೀರುತ್ತವೆ. ನುಡಿಚಿತ್ರದಲ್ಲಿ ಚಿತ್ರವೇ ನುಡಿಯಾಗಬಹುದು ಅಥವಾ ನುಡಿಯೇ ಚಿತ್ರವಾಗಬಹುದು. ಇಲ್ಲಿ ಚಿತ್ರಕ್ಕೆ ತಕ್ಕದಾದ ಭಾಷೆಯ ನಿರೂಪಣೆಯಿರಬೇಕು. ಸರಳವಾಗಿ ಆಕರ್ಷಕವಾಗಿರಬೇಕು. ಚಿತ್ರಕ್ಕೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಪದಗಳ ಜೋಡಣೆಯಿರಬೇಕು.

ನುಡಿಚಿತ್ರದಲ್ಲಿ ರೋಚಕವಾದ ಬರವಣಿಗೆಗೆ ಆದ್ಯತೆ. ನುಡಿಚಿತ್ರ ಒಂದು ಪ್ಯಾರಾ ಇರಬಹುದು, ಕೆಲವು ವಾಕ್ಯಗಳಾದರೂ ಇರಬಹುದು. ಅನಗತ್ಯ ವಿಚಾರ ಮಂಡನೆಗೆ ಇಲ್ಲಿ ಅವಕಾಶವಿಲ್ಲ. ಭಾಷೆ ಉತ್ತಮವಾಗಿದ್ದು ಚಿಕ್ಕದಾಗಿ ಚೊಕ್ಕವಾಗಿರಬೇಕು.

ಅಂಕಣ ಬರಹ ಮತ್ತು ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆ

ಅಂಕಣ ಬರಹವು ಪತ್ರಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಬಹುಮುಖ್ಯವಾದ ಪಾತ್ರವನ್ನು ವಹಿಸುತ್ತದೆ. ಅಂಕಣ ಬರಹಗಳು ಸ್ವತಂತ್ರ ಬರಹಗಳು ಯಾವುದೇ ಒಂದು ವಿಚಾರದ ಬಗ್ಗೆ ಕೂಲಂಕುಷವಾಗಿ ವಿಷಯವನ್ನು ನಿರೂಪಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಮಂಡಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಇಲ್ಲಿಯೂ ಕೂಡಾ ಭಾಷಾ ಬಳಕೆ ಮತ್ತು ಬರವಣಿಗೆಯ ಶೈಲಿ ಮುಖ್ಯವೆನಿಸುತ್ತದೆ.

ಪ್ರಜಾವಾಣಿಯಲ್ಲಿ ಅಂಕಣ ಬರಹರಾಗಿದ್ದ ಸಿದ್ದಲಿಂಗ ಪಟ್ಟಣಶೆಟ್ಟಿಯವರು ಅಂಕಣ ಬರಹದ ಭಾಷೆ ಮತ್ತು ಶೈಲಿಯನ್ನು ಕುರಿತು ಈ ರೀತಿ ಹೇಳುತ್ತಾರೆ. "ಬರೆಯುವಾಗ ನಾನು ಏಕ ರೂಪ ಶಬ್ದಗಳ ನಿರೂಪಣಾ ಶಬ್ದಗಳ ಬಳಕೆ ಆಗದ್ಹಂಗೆ ನೋಡಿಕೋತೀನಿ. ಒಮ್ಮೆ ಬರೆದ್ಹಂಗ ಮತ್ತೊಮ್ಮೆ ಬರೀಬಾರದು ಅಂತ ಭಾಷಾಶೈಲಿ - ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ವಿಷಯ, ವ್ಯಕ್ತಿಗೆ ತಕ್ಕಂಗೆ ಬದಲಿಸಿತಿರತೇನ. ಶಬ್ದ ನಿರ್ಮಾಣದ ಬಗ್ಗೆ ಶಬ್ದಗಳ ಮೂಲದ ಬಗ್ಗೆ, ಅವುಗಳ ಶಕ್ತಿ - ದ್ರವ್ಯಗಳನ್ನ, ಭಾವ - ಮೌಲ್ಯಗಳನ್ನು ಓದುಗರಿಗೆ ಬಿಚ್ಚಿ ಬಿಚ್ಚಿ ತೋರಿಸಾಕ ಪ್ರಯತ್ನ ಮಾಡ್ತೇನಿ. ಹೊಸ ಹೊಸ ಪದಗಳನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸಾಕನೂ ಪ್ರಯತ್ನ ಮಾಡ್ತೇನಿ. ನನಗೆ ಭಾಷೆ, ಶಬ್ದ ಸ್ವೀಕಾರ, ಪ್ರಯೋಗ ಮುಂತಾದವುಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಮಡಿವಂತಿಕೆ ಹಟ ಇತ್ಯಾದಿ ಇಲ್ಲ. ಬಳಕೆ - ಸಂವಹನ ಪ್ರಯೋಜನಗಳಿಗಾಗಿ ಭಾಷೆ ಇರೋದು, ಹಂಗೆ ಬರೆಯಾ ಹೊತ್ತಿಗೆ ತಲ್ಯಾಗ ಬರುವ - ಬಳಕೆಯಾಗುವ ಪದಗಳು ಯಾವ ಭಾವವಿದ್ದವು, ಎಂಥವಿದ್ದರೂನೂ ಒಟ್ಟ ಬಳಸಿ ಬಿಡ್ತೇನೆ"[೪] ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಡುತ್ತಾರೆ.

ಈ ಮಾತುಗಳು ಅಂಕಣ ಬರಹ ಬರೆಯುವವನಿಗೆ ಇರಲೇಬೇಕಾದ ಭಾಷಾ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ. ಬರವಣಿಗೆ ಬಗೆಗಿನ ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯವನ್ನು ಸ್ಪಷ್ಟಪಡಿಸುತ್ತದೆ. ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಅಂಕಣದ ಬರವಣಿಗೆ ಭಾಷೆಯು ಸಾಹಿತ್ಯಕವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯತೆಗಳಿಂದಲೂ ಕೂಡಿರುತ್ತದೆ. ಬರಹವು ಕ್ರಿಯಾಶೀಲವಾಗಿರುತ್ತದೆ, ಸೃಜನಶೀಲವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಹೀಗಾಗಿ ಅಂಕಣಬರಹವೂ ಕೂಡಾ ಪತ್ರಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಮಹತ್ವದ ಸ್ಥಾನ ಪಡೆದಿವೆ.

ಪತ್ರಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಸಂಪಾದಕೀಯ ಬರಹ ಮತ್ತು ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆ

ದಿನಪತ್ರಿಕೆಗಳ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯ ಅಡಗಿರುವುದೇ ಅವುಗಳ ಸಂಪಾದಕೀಯದಲ್ಲಿ. ಸಂಪಾದಕೀಯ ಬರಹವಿಲ್ಲದೆ ಯಾವುದೇ ಪತ್ರಿಕೆಯು ಇರುವುದಿಲ್ಲ. ಸಂಪಾದಕೀಯವು ಒಂದು ದಿನದ ಸುದ್ದಿ ಅಥವಾ ಆ ವಾರದ ಸುದ್ದಿಯನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಗೆ ಒಳಪಡಿಸುತ್ತದೆ. ಸಂಪಾದಕೀಯವು ಪತ್ರಿಕೆಯ ಧ್ಯೇಯೋದ್ದೇಶಗಳನ್ನು, ತಾತ್ವಿಕ ನೆಲೆಗಳನ್ನು ತೆರೆದಿಡುತ್ತದೆ.

ಸಂಪಾದಕೀಯ ಬರಹವು ಪ್ರತಿದಿನವೂ ನಡೆಯುವ ಹೊಸ ವಿಷಯದ, ಘಟನೆಯ, ರಾಜಕೀಯ ಘೋಷಣೆಗಳ - ಆಡಳಿತ ಕ್ರಮ ಇತ್ಯಾದಿಗಳ ಬಗೆಗೆ ಪತ್ರಿಕೆಯ ನಿಲುವು ಏನೆಂಬುದನ್ನು ಸ್ಪಷ್ಟಪಡಿಸುತ್ತದೆ. ಲೋಕಮಾನ್ಯ ತಿಲಕರು 'ಕೇಸರಿ' - 'ಮರಾಠ' ಪತ್ರಿಕೆಗಳು ಪ್ರಕಟಗೊಂಡಾಗ, ಸರ್ಕಾರ ಆ ಪತ್ರಿಕೆಗಳ

ಸಂಪಾದಕೀಯವನ್ನೇ ಮೊದಲು ಆಸಕ್ತಿಯಿಂದ ಓದುತ್ತಿತ್ತು ಎಂಬ ವಿಚಾರ ಪತ್ರಿಕೆಗಳ ಸಂಪಾದಕೀಯಕ್ಕೆ ಇರುವ ಮಹತ್ವವನ್ನು ತಿಳಿಸುತ್ತದೆ. ಸಂಪಾದಕೀಯದಲ್ಲಿ ಮೂರು ಮುಖ್ಯ ಭಾಗಗಳಿವೆ. ಮೊದಲನೆಯದು ವಿಷಯದ ಆಯ್ಕೆ, ಸ್ಪಷ್ಟ ಮಂಡನೆ, ಅದರ ಹಿನ್ನೆಲೆ ಸ್ಪಷ್ಟಪಡಿಸಿದ್ದು, ಎರಡನೆಯದರಲ್ಲಿ ಅದರ ಸಾಧಕ - ಬಾಧಕ ಕುರಿತ ಮಾಹಿತಿಯಿದ್ದು ಮೂರನೆಯದರಲ್ಲಿ ವಿಮರ್ಶಾ ರೂಪದಲ್ಲಿ ಪತ್ರಿಕೆಯ ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಮಂಡಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಸಂಪಾದಕೀಯ ಬರಹ ಇಡೀ ಪತ್ರಿಕೆಯ ಉಸಿರಾಗಿರುವ ಕಾರಣ ಪತ್ರಿಕೆಯ ನಿಲುವುಗಳನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುವುದರಿಂದ ಸೂಕ್ತ ಶಬ್ದ ಸಂಪತ್ತಿನ ಬಳಕೆ, ರೋಚಕವಾದ ಬರವಣಿಗೆ ಶೈಲಿ ಅತ್ಯಗತ್ಯ. ಹಾಗಾಗಿ ಸಂಪಾದಕೀಯ ಬರವಣಿಗೆ ಅತ್ಯಂತ ಸೂಕ್ಷ್ಮವೂ, ಸ್ಪಷ್ಟವೂ ಆಗಿದ್ದು, ಚೂಪಾದ ತೀಕ್ಷ್ಣವಾದ ಹರಿತವಾದಂತಹ ಪದ ಬಳಕೆಯಿಂದ ಕೂಡಿರುತ್ತದೆ.

ಇವುಗಳಲ್ಲದೆ ಪತ್ರಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ವಾಚಕರಿಗೆ - ಓದುಗರಿಗೆ ಪ್ರತ್ಯೇಕವಾದ ಅಂಕಣವಿರುತ್ತದೆ ಹಾಗೂ ಪತ್ರಿಕೆ ಪ್ರತಿ ದಿನವೂ ವಿಶೇಷ ವಿಷಯವನ್ನು ಪ್ರಕಟಿಸಿ ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಪ್ರತಿಗಳನ್ನು ನೀಡುತ್ತವೆ. ಅಲ್ಲಿಯೂ ವಿಷಯದ ವೈವಿಧ್ಯತೆಗೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆಯೂ ವೈವಿಧ್ಯತೆಯಿಂದ ಕೂಡಿರುತ್ತವೆ.

ಒಟ್ಟಾರೆ ಪತ್ರಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಇಂದು ಭಾಷೆ ಆಧುನೀಕರಣಗೊಳ್ಳುತ್ತಿದೆ. ಉದ್ಯಮಗಳಾಗುತ್ತಿರುವ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಿಗೆ ಭಾಷಾ ಬಳಕೆಯು ಸವಾಲಿನದ್ದಾಗಿದೆ. "ಆಧುನಿಕ ಜಗತ್ತಿನ ಅವಶ್ಯಕತೆಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸಲು ಯಾವುದೇ ಬಗೆಯ ಯಾವುದೇ ವಲಯದ ಬಳಕೆಗಾದರೂ ಭಾಷೆ ಸನ್ನದ್ಧವಾದರೆ ಅದನ್ನು ಆಧುನೀಕರಣ"[೨] ಎಂದು ಕರೆಯಬಹುದು ಎಂದು ಕೆ.ವಿ. ನಾರಾಯಣರವರು ಹೇಳುತ್ತಾರೆ ಇಂದು ಕನ್ನಡದ ಪತ್ರಿಕೆಗಳಿಗೆ ಇಂಗ್ಲೀಷಿನಿಂದ ಸುದ್ದಿಗಳನ್ನು ಕನ್ನಡಕ್ಕೆ ತ್ವರಿತವಾಗಿ ಭಾಷಾಂತರಿಸಬೇಕಾಗಿರುವ ತುರ್ತು ಇದೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಪತ್ರಿಕೆಗಳು ಭಾಷೆಯ ಸುಲಭ ಗ್ರಹಿಕೆ ಮತ್ತು ನವಪದ ನಿರ್ಮಾಣದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚು ಆಸಕ್ತಿ ತೋರುತ್ತಿವೆ ಹಾಗೂ ವಾಕ್ಯರಚನೆಯ ನಿಯಮಗಳನ್ನು ಮೀರಿ ಬೆಳೆಯುತ್ತಿರುವ ಪ್ರವೃತ್ತಿ ಕಂಡು ಬರುತ್ತಿದೆ.

ನವಪದ ನಿರ್ಮಾಣ, ಶಬ್ದಕೋಶ ವಿಸ್ತರಣೆ, ನುಡಿ ಬೆರಕೆ, ನುಡಿ ಜಿಗಿತ, ಮೊದಲಾದವು ಭಾಷೆಯ ಆಧುನೀಕರಣ ಲಕ್ಷಣಗಳಾಗಿದ್ದು ಪತ್ರಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಆಧುನೀಕರಣ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಕುರಿತು ಮುಂದಿನ ಅಧ್ಯಯನದಲ್ಲಿ ವಿವರವಾಗಿ ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡಲಾಗುವುದು.

೩. ರೇಡಿಯೋ

ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ರೇಡಿಯೋ ಅತ್ಯಂತ ಸರ್ವವ್ಯಾಪಿಯಾದುದು. ಪತ್ರಿಕೆಗಳು ಕೇವಲ ಅಕ್ಷರಸ್ಥರ ಸೊತ್ತು, ದೂರದರ್ಶನ ಸದಾ ಅದರ ಮುಂದೆ ಕುಳಿತು ವೀಕ್ಷಿಸಬೇಕು. ಆದರೆ ರೇಡಿಯೋ ಎಲ್ಲರಿಗೂ ಸುಲಭವಾಗಿ ತಲುಪುವಂತದ್ದು. ಓದುಬಾರದವರೂ ಕೇಳಿ ಅರಿಯಬಹುದು. ಇಂದು ರೇಡಿಯೋವನ್ನು ಸ್ಥಳ - ಕಾಲದ ಪರಿವೇ ಇಲ್ಲದೇ ಕೇಳಬಹುದಾದ ಸೌಲಭ್ಯವಿದೆ. ಅಷ್ಟರಮಟ್ಟಿಗೆ ರೇಡಿಯೋ ಮಾಧ್ಯಮ ಇಂದು ವಿಸ್ತಾರಗೊಂಡಿದೆ.

ರೇಡಿಯೋದಲ್ಲಿ ಸಂವಹನ ಕ್ರಿಯೆ, ಭಾಷೆಯ ಮಾತಿನ ಮೂಲಕವೇ ನಡೆಯಬೇಕು. ಧ್ವನಿ ಏರಿಳಿತ, ಸಂಗೀತ, ಇವೇ ರೇಡಿಯೋದಲ್ಲಿ ಮುಖ್ಯವೆನಿಸುತ್ತದೆ. ಬ್ರಿಟೀಷ್ ಬ್ರಾಡ್ ಕಾಸ್ಟಿಂಗ್ ಕಾರ್ಪೋರೇಷನ್ ತನ್ನ

ರೇಡಿಯೋ ನೀತಿಯಲ್ಲಿ ಈ ರೀತಿ ಹೇಳಿದೆ. "Radio is first and foremost an extension and enrichment of experience through the sense of hearing"[೬] ಅಂದರೆ ಸುದ್ದಿ, ನಾಟಕ, ಸಂಗೀತ, ಭಾಷಣ, ಏನೇ ಇರಲಿ ರೇಡಿಯೋದು ಹೇಳುವ ಕೆಲಸ. ಅದರ ಗ್ರಾಹಕನದು ಕೇಳುವ ಕೆಲಸ ಎಂದು ಹೇಳಲಾಗಿದೆ. ರೇಡಿಯೋಗೆ ಕೇಳುಗನೇ ಮುಖ್ಯವಾಗಿರುವ ಕಾರಣ ಅವರನ್ನು ಶ್ರೋತೃಗಳೆಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ.

ರೇಡಿಯೋವನ್ನು ೧೮೯೫ರಲ್ಲಿ ಮಾರ್ಕೋನಿ ಆವಿಷ್ಕಾರಗೊಳಿಸಿದನು. ೧೯೨೩ರಲ್ಲಿ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ರೇಡಿಯೋ ಕ್ಲಬ್ ಆರಂಭಗೊಂಡು ೧೯೨೭ರಂದು ಮೊದಲಬಾರಿಗೆ ಪ್ರಸಾರವಾಯಿತು. ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ಡಾ. ಎಂ.ವಿ. ಗೋಪಾಲಸ್ವಾಮಿಯವರು ೧೯೩೫ರಲ್ಲಿ ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ಆರಂಭಿಸಿದರು. ಇಂದು ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ಖಾಸಗೀ ಮತ್ತು ಸರ್ಕಾರೀ ಸ್ವಾಮ್ಯದ ಎರಡೂ ವಾಹಿನಿಗಳೂ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿವೆ.

ರೇಡಿಯೋಗೆ ಇತರೆ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಿಗಿಂತಲೂ ವಿಶೇಷವಾದ ಸ್ಥಾನವಿದೆ. ನವ ಮೌಖಿಕತೆಯನ್ನು ಆಧರಿಸಿರುವ ರೇಡಿಯೋವು ತನ್ನ ಕಾರ್ಯವೈಖರಿಯಿಂದಲೇ ಜನಮನವನ್ನು ಗೆದ್ದಿದೆ. ರೇಡಿಯೋ ಇತರೆ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಿಗಿಂತಲೂ ವೇಗವಾಗಿ ಸುದ್ದಿ ಸಮಾಚಾರವನ್ನು ಜನರಿಗೆ ತಲುಪಿಸುತ್ತದೆ. ಅಲ್ಲದೆ ರೇಡಿಯೋ ಅತ್ಯಂತ ಸುಲಭವಾಗಿ ಹೊಂದಬಹುದಾದ, ಅದರ ಸೌಲಭ್ಯ ಪಡೆಯಬಹುದಾದ ಸಾಧನವಾಗಿದೆ. ಹಾಗೆಯೇ ಇಂದು ವಿಜ್ಞಾನ ಮತ್ತು ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಬೆಳವಣಿಗೆಯು ರೇಡಿಯೋ ಸೌಲಭ್ಯವನ್ನು ವಿವಿಧ ಉಪಕರಣಗಳಿಗೆ ವಿಸ್ತರಿಸಿದೆ. ಆದುದರಿಂದ ಇಂದು ರೇಡಿಯೋ ಕೇಳುವವರ ಸಂಖ್ಯೆ ವಿಸ್ತಾರಗೊಂಡಿದೆ.

ರೇಡಿಯೋ ಮೂಲಕ ನಾವು ಜಗತ್ತಿನಲ್ಲಿ ನಡೆಯುವ ಸುದ್ದಿ ಸಮಾಚಾರಗಳನ್ನು, ಚಲನಚಿತ್ರಗಳನ್ನು, ಚಿತ್ರಗೀತೆಗಳನ್ನು, ಸಂಗೀತ, ಭಾವ ಗೀತೆಗಳು, ನಾಟಕ, ಕಥೆ ಮುಂತಾದ ಮನರಂಜನಾ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡುತ್ತವೆ. ಜೊತೆಗೆ ಕೃಷಿ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳು, ಮಹಿಳೆಯರಿಗೆ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳು, ಮಕ್ಕಳಿಗಾಗಿ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳು, ಶೈಕ್ಷಣಿಕ, ಉದ್ಯೋಗ, ವ್ಯಾಪಾರ, ವ್ಯವಹಾರ, ವೈದ್ಯಕೀಯ, ಸಾಹಿತ್ಯಕ, ಸಾಮಾಜಿಕ, ಕಾನೂನು ಅರಿವು ನೀಡುವಂತಹ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳು ಪ್ರಸಾರವಾಗುತ್ತವೆ.

ದೂರದರ್ಶನದ ಜನಪ್ರಿಯತೆಯಿಂದ ಮೂಲೆ ಗುಂಪಾಗಿದ್ದ ರೇಡಿಯೋಗಳು ಅವುಗಳ ಖಾಸಗೀಕರಣದಿಂದಾಗಿ ಇತರ ಎಲ್ಲಾ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಿಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ಜನಪ್ರಿಯವಾಗಿದೆ. ಖಾಸಗೀ ವಾಹಿನಿಗಳು ಹೆಚ್ಚಿದ್ದು ಅವುಗಳ ಕಾರ್ಯ ವೈಖರಿ, ಹೊಸರೀತಿಯ ಭಾಷೆ ಬಳಕೆ, ರೇಡಿಯೋ ಜಾಕಿಗಳ ಮಾತಿನ ವೈಖರಿ, ಮೊದಲಾದವು ರೇಡಿಯೋದ ಜನಪ್ರಿಯತೆ ಹೆಚ್ಚಲು ಕಾರಣವಾಗಿವೆ. ಖಾಸಗೀ ಎಫ್.ಎಂ. ವಾಹಿನಿಗಳು ದಿನದ ಇಪ್ಪತ್ತ ನಾಲ್ಕು ಗಂಟೆಯೂ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಾ ದಿನಪೂರ್ತಿ ಕೇಳುಗನಿಗೆ ರಸದೌತಣವನ್ನೇ ನೀಡುತ್ತಿವೆ. ಖಾಸಗೀಕರಣಗೊಂಡ ರೇಡಿಯೋದಲ್ಲಿನ ಭಾಷಾ ಬಳಕೆಯು ಅತ್ಯಂತ ಮಹತ್ವದ ಗಮನಾರ್ಹ ಅಂಶವಾಗಿದೆ. ಮಾತಿನ ಮಲ್ಲೆ - ಮಲ್ಲರ ಭಾಷಾ ನಿರೂಪಣೆಯೂ ಕೇಳುಗರನ್ನು ರೇಡಿಯೋ ಕಡೆಗೆ ಸೆಳೆಯುತ್ತಿವೆ. ಆ ಮೂಲಕ ರೇಡಿಯೋ ಮತ್ತೊಮ್ಮೆ ತನ್ನ ಜಾಗವನ್ನು ಭದ್ರಪಡಿಸಿಕೊಂಡಿದೆ.

ರೇಡಿಯೋ ಕೇಳುಗರ ಸಂಖ್ಯೆಯು ದಿನೇ ದಿನೇ ಹೆಚ್ಚಾಗುತ್ತಿದೆ. ೧೯೯೭ರ ಸಮೀಕ್ಷೆ ಪ್ರಕಾರ ಕೇಳುಗರ ಸಂಖ್ಯೆ ಶೇ. ೯೬. ಎಫ್.ಎಂ. ರೇಡಿಯೋಗಳ ಖಾಸಗೀಕರಣದಿಂದಾಗಿ ಈ ಸಂಖ್ಯೆ ದಿನೇ ದಿನೇ ಹೆಚ್ಚುತ್ತಿದೆ. ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದ ವೈವಿಧ್ಯತೆಗಳು ಹೆಚ್ಚಾಗಿದ್ದು ಅದಕ್ಕನುಗುಣವಾಗಿ ಭಾಷೆಯೂ ಬಳಕೆಯಾಗುತ್ತಿದೆ.

ಆಕಾಶವಾಣಿಯ ವೈವಿಧ್ಯಮಯ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳು ಮತ್ತು ಕನ್ನಡ ಭಾಷಾ ಬಳಕೆ

ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮವೂ ಕೂಡಾ ತನ್ನ ತಾತ್ವಿಕತೆಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿರುತ್ತವೆ. ಅದಕ್ಕೆ ಪೂರಕವಾಗಿರುವಂತೆ ಭಾಷೆಯನ್ನು ರೂಪಿಸಿಕೊಂಡಿರುತ್ತವೆ. 'ಆಡು ಮಾತಿನ ಸೊಗಸು' ಬಾನುಲಿಯ ನೆಲೆಗಟ್ಟು, ಶ್ರವ್ಯ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯು ನಮ್ಮ ಪುರಾತನ ಪರಂಪರೆಯ ನವೀನ ಆಯಾಮವಾಗಿದೆ. ರೇಡಿಯೋದಲ್ಲಿ ಸರ್ಕಾರೀ ಮತ್ತು ಖಾಸಗೀ ವಾಹಿನಿಗಳು ವಿವಿಧ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳಿಗೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಭಾಷೆಯನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿವೆ.

ವಾರ್ತಾಪ್ರಸಾರ : ರೇಡಿಯೋ ಮಾತಿನ ಮೂಲಕವೇ ಸುದ್ದಿಯನ್ನು ಕಣ್ಣಿಗೆ ಕಟ್ಟಿದಂತೆ ಹೇಳಬೇಕು. ಆಕಾಶವಾಣಿಯಲ್ಲಿ ಸಂಗ್ರಹಿಸಿದ ಸುದ್ದಿಯನ್ನು ಬರಹದ ರೂಪಕ್ಕೆ ಇಳಿಸಿ ಓದಲಾಗುತ್ತದೆ ಇಲ್ಲವೇ ಹೇಳಲಾಗುತ್ತದೆ. ರೇಡಿಯೋ ಅತ್ಯಂತ ವೇಗವಾಗಿ ಶೀಘ್ರವಾಗಿ ಸುದ್ದಿಯನ್ನು ಬಿತ್ತರಿಸುವ ಮಾಧ್ಯಮವಾಗಿದೆ. ಕೇಳುಗರು ಧ್ವನಿಯನ್ನು ಆಲಿಸುವ ಮೂಲಕವೇ ಎಲ್ಲವನ್ನು ಗ್ರಹಿಸಬೇಕು. ರೇಡಿಯೋದಲ್ಲ ಸುದ್ದಿಯನ್ನು ಕಿವಿಯಿಂದಲೇ ನೋಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಹಾಗಾಗಿ ರೇಡಿಯೋದಲ್ಲಿ ಸುದ್ದಿ ಕಣ್ಣಿಗಾಗಿ ಬರೆದವಲ್ಲ ಕಿವಿಗಳಿಗಾಗಿ ಬರೆದವು. ಹಾಗಾಗಿ ರೇಡಿಯೋದ ಸುದ್ದಿಯಲ್ಲಿ ಭಾಷೆಯು ಆಡುಭಾಷೆಯೂ ಆಗಿರದೆ ತೀರಾ ಗ್ರಂಥಸ್ಥವಾದ ಭಾಷಾ ರೂಪವೂ ಆಗಿರದೆ ಮಧ್ಯಸ್ತರದ ಭಾಷೆ ಬಳಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ರೇಡಿಯೋದ ಸುದ್ದಿಯಲ್ಲಿ ಬಳಸುವ ಭಾಷೆ ಎಲ್ಲರಿಗೂ ಸುಲಭವಾಗಿ ಅರ್ಥವಾಗುವಂತಿರುತ್ತದೆ.

ರೇಡಿಯೋ ಪ್ರಸಾರದಲ್ಲಿ ಸುದ್ದಿ ಸಂಪಾದಕ ಮತ್ತು ಓದುಗನು ನಿರ್ವಹಿಸಬೇಕಾದ ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯನ್ನು ಕುರಿತು ಎ.ಎನ್. ಮೂರ್ತಿರಾಯರು ಈ ರೀತಿ ಹೇಳುತ್ತಾರೆ. "NEWSನ್ನು ಓದುವವನ ಉದ್ದೇಶ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ನಡೆದ ಮುಖ್ಯ ವಿಷಯಗಳನ್ನು ತಿಳಿಸುವುದು. ಅವುಗಳ ಮೇಲೆ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನ ಮಾಡುವುದಲ್ಲ, ಘಟನೆಗಳು ಕೆಟ್ಟವೇ ಒಳ್ಳೆಯವೇ ಅವುಗಳ ಪರಿಣಾಮವೇನು? ಇದನ್ನೆಲ್ಲಾ ಚರ್ಚಿಸುವುದಲ್ಲ. ವಸ್ತುನಿಷ್ಠ ನಿರೂಪಣೆ ಮಾತ್ರ ಅವನ ಕೆಲಸ. ಆದುದರಿಂದ ಬರವಣಿಗೆ ಬಳಸುಬಳಸಾಗಿರದೆ ನೇರವಾಗಿರಬೇಕು. ಓದುವವನ ಧ್ವನಿ ಮಟ್ಟಸವಾಗಿರಬೇಕು. ಪದಗಳು ಕಲಸಿ ಹೋಗದಂತೆ ಸ್ಪಷ್ಟ ಉಚ್ಚಾರಣೆಯಿರಬೇಕು. ದನಿ ಏಕತಾನವಾಗಬಾರದು"[೭] ಎಂದು ಹೇಳುತ್ತಾರೆ.

ರೇಡಿಯೋದಲ್ಲಿ ವಾರ್ತಾ ಪ್ರಸಾರದಲ್ಲಿ ಬಳಕೆಯಾಗುವ ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯು ಸರಳವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ನೇರವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ವಾಕ್ಯದ ಬಳಕೆಯು ಚಿಕ್ಕದಾಗಿದ್ದು ಚೊಕ್ಕವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಪರಿಚಿತವಾದ ಪದಗಳನ್ನು ಬಳಸಲಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಕೇಳುಗನನ್ನೇ ನೇರವಾಗಿ ಸಂಬೋಧಿಸುವಂತೆ ಮಾತಿನ ಶೈಲಿ ಇರುತ್ತದೆ. ಪ್ರತಿಯೊಂದೂ ವಿಚಾರವು ಪೂರ್ಣವಾಕ್ಯದಲ್ಲಿ ಮಂಡಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಇದಲ್ಲದೆ ಮಾತನಾಡುವಾಗ ಭಾವೋದ್ಗಾರಗಳು, ವಿರಾಮ, ಧ್ವನಿ ಮಾಧುರ್ಯದಿಂದ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆ ಕೂಡಿರುತ್ತದೆ.

ಸುದ್ದಿ ಪ್ರಸಾರದೊಂದಿಗೆ ರೇಡಿಯೋ ವಾಹಿನಿಯು ಅನೇಕ ವೈವಿಧ್ಯಮಯವಾದ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಬಿತ್ತರಿಸುತ್ತವೆ. ಅದಕ್ಕೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆಯಿದೆ.

ರೇಡಿಯೋದ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳು ಮತ್ತು ಕನ್ನಡ ಭಾಷಾ ಬಳಕೆ

ಜನಪ್ರಿಯ 'ಸಂಗೀತ ಪೆಟ್ಟಿಗೆ'ಯೆಂದೇ ಹೆಸರಾದಂತಹ ಈ ರೇಡಿಯೋ ಇಂದು ಹೆಚ್ಚು ಜನಪ್ರಿಯವಾಗುತ್ತಿರುವುದೇ ತನ್ನ ಮನರಂಜನಾ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳ ಮೂಲಕ. ಇಲ್ಲಿ ಸಂಗೀತ - ವಿವಿಧ ರೀತಿಯ ಗೀತೆಗಳ ಪ್ರಸಾರಕ್ಕೇ ಹೆಚ್ಚಿನ ಮಹತ್ವ ನೀಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಇಂದು ಖಾಸಗೀ ರೇಡಿಯೋ ವಾಹಿನಿಗಳು ದಿನದ ಇಪ್ಪತ್ತಾನಾಲ್ಕು ಗಂಟೆಯೂ ಚಲನಚಿತ್ರ ಗೀತೆಗಳನ್ನು ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡುತ್ತವೆ. ರೇಡಿಯೋ ಜಾಕಿಗಳು ತಮ್ಮ ಭಿನ್ನ ವಿಭಿನ್ನವಾದ ಮಾತಿನ ಶೈಲಿಯಿಂದ ಇಂದಿನ ಯುವ ಪೀಳಿಗೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚು ಆಕರ್ಷಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಭಿನ್ನ ಭಾಷಾ ನಿರೂಪಣಾ ಶೈಲಿ ಮತ್ತು ಚಲನಚಿತ್ರ ಗೀತೆಗಳ ಪ್ರಸಾರವೇ ಈ ವಾಹಿನಿಗಳ ಜನಪ್ರಿಯತೆ ಕಾರಣವಾಗಿದೆ.

ಮನರಂಜನಾ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳಲ್ಲಿನ ರೇಡಿಯೋ ಭಾಷೆ ಆಡುಮಾತಿಗೆ ಪೂರಕವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಬರಹದ ಭಾಷೆಯನ್ನು ಹಾಗೇ ಬಳಸುವುದು ಇಂತಹ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಕೃತಕವೂ ಆಭಾಸವೂ ಎನಿಸುತ್ತದೆ. ಆಡುಮಾತಿನ ಮೂಲಕವೇ ರೇಡಿಯೋ ಜಾಕಿಗಳು ತಮ್ಮ ಭಾವನೆ - ಆಲೋಚನೆ - ಅನಿಸಿಕೆಗಳನ್ನು ಕೇಳುಗರೊಂದಿಗೆ ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ. ರೇಡಿಯೋ ಜಾಕಿಗಳ ಮಾತಿನ ಶೈಲಿಯು ಆತ್ಮೀಯವಾದ ನಿರೂಪಣಾ ಶೈಲಿಯಿಂದ ಕೂಡಿರುತ್ತದೆ.

ಉದಾ : "ನೀವ್ ಕೇಳ್ತಾ ಇದ್ದೀರಾ ಎಫ್.ಎಂ. ರೈನ್‌ಬೋ ನೂರ ಒಂದು ಪಾಯಿಂಟ್ ಮೂರು ಮೆಗಾಹಟ್ಜ್, ತರಂಗಾಂತರದಲ್ಲಿ, ನೀವು ನಿಮ್ಮ ಅನುಭವ ಅನಿಸಿಕೆಗಳನ್ನು ನನ್ನೊಂದಿಗೆ ಹಂಚಿಕೋ ಬೇಕಾ, ಹಾಗಾದ್ರೆ ಕರೆ ಮಾಡಿ ಈ ನಂಬರಿಗೆ..." ಈ ರೀತಿಯ - ಮಾದರಿಯ ಮಾತಿನ ಧಾಟಿಯು ನಿರೂಪಕರಲ್ಲಿ ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ. ಮಾತಿನ ಬಳಕೆಯಲ್ಲಿ ಧ್ವನಿ ಪರಿಣಾಮದ (phonetic effect) ಕಡೆಗೇ ಹೆಚ್ಚಿನ ಒತ್ತು ನೀಡಿರುತ್ತಾರೆ. ಧ್ವನಿಯಲ್ಲಿ ಉಂಟಾಗುವ ಏರಿಳಿತಗಳು ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆ - ವಿರಾಮ ಮೊದಲಾದವು ಮಾತಿನಲ್ಲಿ ಮುಖ್ಯವೆನಿಸುತ್ತದೆ.

ರೇಡಿಯೋಗೆ ಕೇವಲ ಮನರಂಜನೆಯನ್ನು ಒದಗಿಸುವ ಉದ್ದೇಶ ಮಾತ್ರ ಇಲ್ಲ. ರೇಡಿಯೋ ಕೂಡಾ ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಮಹತ್ವದ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸುತ್ತದೆ. ಹಲವಾರು ಜವಾಬ್ದಾರಿಗಳಿವೆ, ಕರ್ತವ್ಯಗಳಿವೆ. "ರೇಡಿಯೋ ವಿವಿಧ ವಿನೋದಾವಳಿಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸುವ ಸಂಸ್ಥೆಯಲ್ಲ, ಜನತೆಯ ಕಲ್ಯಾಣ, ಪ್ರಗತಿ, ಮಾಹಿತಿ ಹಕ್ಕು, ಬಾಧ್ಯತೆ, ಹೊಣೆಗಾರಿಕೆಯ ಅರಿವು, ಆಧುನಿಕತೆ, ವೈಜ್ಞಾನಿಕತೆ, ಮನೋವೃತ್ತಿ, ಆರೋಗ್ಯಗಳತ್ತ ಗಮನ ಹರಿಸುವಂತೆ ಮಾಡಲು ಸರ್ವಪ್ರಯತ್ನ ಮಾಡುವಂತದು"[೮] ಎಂದು ಜೋತ್ಸ್ನಾ ಕಾಮತ್ ರೇಡಿಯೋ ನಿರ್ವಹಿಸಬೇಕಾದ ಕೆಲಸದ ಹೊಣೆಗಾರಿಕೆಯನ್ನು ಸ್ಪಷ್ಟಪಡಿಸುತ್ತಾರೆ.

ಹಾಗಾಗಿ ರೇಡಿಯೋಗೆ ಮನರಂಜನೆಯ ಜೊತೆಗೆ ಭಾರೀ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ನಿರ್ವಹಿಸಬೇಕಾದ ಕರ್ತವ್ಯಗಳೂ ಇವೆ. ಹಾಗಾಗಿ ರೇಡಿಯೋ ಭಾಷೆ ಗ್ರಂಥಸ್ಥತೆ. ಸಂಸ್ಕೃತ ಭೂಯಿಷ್ಟತೆಯಿಂದ ಮತ್ತು ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆಯಿಂದ ದೂರ ಇರಬೇಕಾಗಿದೆ. ಈ ಮಾತು ಸರ್ಕಾರೀ ರೇಡಿಯೋ ವಾಹಿನಿಗಳಿಗೆ ಅನ್ವಯಿಸುತ್ತದೆಯೇ ವಿನಃ ಖಾಸಗೀವಾಹಿನಿಗಳಿಗಲ್ಲ.

ಸರ್ಕಾರದ ಆಕಾಶವಾಣಿ ವಾಹಿನಿಗಳು ಮೊದಮೊದಲು ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆ ಬೆಳವಣಿಗೆ ಮಾಡಬೇಕೆಂಬ ಹುಮ್ಮಸಿನಿಂದ ಅನೇಕ ಪಾರಿಭಾಷಿಕ ಪದಗಳನ್ನು ಸ್ವತಃ ನಿರ್ಮಿಸಿಕೊಂಡು ಬಳಸಿದ್ದುಂಟು. ಉದಾಹರಣೆಗೆ

ಕ್ರೀಡಾ ವರದಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಬ್ಯಾಟ್ಸ್‌ಮನ್‌ಗೆ - ದಾಂಡಿಗ, ವಿಕೆಟ್ ಕೀಪರ್‌ಗೆ - ಗೂಟ ರಕ್ಷಕ ಎಂಬ ಕನ್ನಡ ಪದಗಳನ್ನು ಬಳಸಿ ಅಪಹಾಸ್ಯಕ್ಕೆ ಗುರಿಯಾದದ್ದು ಉಂಟು. ನಂತರ ಕ್ರೀಡೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಪಾರಿಭಾಷಿಕ ಪದಗಳನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಗೋಜಿಗೆ ಹೋಗದೆ ಮೂಲದಲ್ಲಿ ಇರುವಂತೆ ಬಳಸುತ್ತಿರುವುದು ಇಂದಿನ ವರದಿಗಳ ವಿಶೇಷವಾಗಿದೆ.

ವಿಶೇಷವಾದ ಶ್ರೋತೃವರ್ಗಕ್ಕಾಗಿಯೇ ಪ್ರಸಾರವಾಗುವ ರೇಡಿಯೋ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳುಂಟು. ಕೃಷಿಕರಿಗೆ, ಮಹಿಳೆಯರಿಗೆ, ಮಕ್ಕಳಿಗೆ, ಯುವಜನರಿಗೆ ಹೀಗೆ ಸಮಾಜದ ಎಲ್ಲಾ ವರ್ಗದವರ ಅಪೇಕ್ಷೆಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸುತ್ತಿರುವ ಮಾಧ್ಯಮ ರೇಡಿಯೋ, ಕೃಷಿ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದಲ್ಲಿ ರೇಡಿಯೋ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮವು ರೈತರಿಗೆ ಅರ್ಥವಾಗುವಂತೆ ಸರಳ ಗ್ರಾಮ್ಯ ಸೊಗಡಿನ ಆಡುಮಾತಿನ ಶೈಲಿಯು ಬಳಸಿದ್ದು ನಾಡಿನಾದ್ಯಂತ ಕೃಷಿಕ ವರ್ಗದ ಮನಗೆಟ್ಟಿದೆ. ರೇಡಿಯೋ ಭಾಷೆ ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಯಾವುದೇ ಒಂದು ಪ್ರದೇಶದ ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಭಾಷೆಯಾಗಿರದೆ ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣವೆಂದು ಒಪ್ಪಿದ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆಯೇ ಉಚಿತವೆನಿಸುತ್ತದೆ.

ಮಹಿಳೆ - ಮಕ್ಕಳಿಗಾಗಿ ಪ್ರಸಾರವಾಗುವ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳಲ್ಲಿ ಆ ವಿಷಯ ಕ್ಷೇತ್ರಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತ ಭಾಷೆಯನ್ನು ಬಳಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಉಳಿದಂತೆ ಇರುವ ಖಾಸಗೀ ರೇಡಿಯೋ ವಾಹಿನಿಗಳಾದ ಬಿಗ್ ಎಫ್ ಎಂ., ಎಸ್.ಎಫ್.ಎಂ., ಫೀವರ್, ರೇಡಿಯೋ ಮಿರ್ಚಿ, ರೇಡಿಯೋ ಒನ್, ಇಂಡಿಗೋ ಮೊದಲಾದ ಖಾಸಗೀ ರೇಡಿಯೋ ವಾಹಿನಿಗಳು ಅಂತಹ ಮಹತ್ತರವಾದ ಸಾಮಾಜಿಕ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುವ ಗೋಜಿಗೇ ಹೋಗುವುದಿಲ್ಲ. ಹೆಚ್ಚೆಂದರೆ ಹವಾಮಾನ, ಟ್ರಾಫಿಕ್‌ಜಾಮ್, ಕುರಿತು ಮಾಹಿತಿ ನೀಡಿ ಸಹಕರಿಸುತ್ತವೆ ಅಷ್ಟೆ.

ಖಾಸಗೀ ವಾಹಿನಿಗಳಲ್ಲಿ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆ ಕುರಿತು ಯಾವುದೇ ನಿರ್ಬಂಧಗಳಿಲ್ಲ. ಅವು ತಮ್ಮ ಮನಸೋ ಇಚ್ಚೆ ಭಾಷೆಯನ್ನು ಕೇವಲ ಸಂವಹನದ ದೃಷ್ಟಿಯಿಂದ ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತವೆ. ಇಲ್ಲಿ ಸಂವಹನ ಕ್ರಿಯೆ ಮಾತ್ರವೇ ಮುಖ್ಯವೆನಿಸಿ ಭಾಷೆಯು ಮೇಲ್‌ಸ್ತರದಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತದೆ. ಹೇಳುವ ಮಾಹಿತಿ ಇಲ್ಲಿ ಕೇಳುಗನನ್ನು ತಲುಪುವುದು ಮುಖ್ಯ. ಹಾಗಾಗಿ ಇಂದು ಸಮಾಜದಲ್ಲಿರುವ ಭಾಷೆಯ ಸ್ವರೂಪವೇ ಈ ವಾಹಿನಿಗಳಲ್ಲಿ ಬಳಕೆಯಾಗುತ್ತಿದೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯು ಆಧುನೀಕರಣಗೊಳ್ಳುತ್ತಿರುವ ಲಕ್ಷಣಗಳು ಖಾಸಗೀ ರೇಡಿಯೋ ವಾಹಿನಿಗಳ ನಿರೂಪಕರ ಮಾತಿನ ಶೈಲಿಯಲ್ಲಿ ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ಗುರುತಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಇಲ್ಲಿ ಭಾಷೆಯು ಎಲ್ಲಾ ರೀತಿಯ ಇತಿಮಿತಿಗಳನ್ನು ಮೀರಿ ಭಾಷೆ ಬಳಕೆ ನಡೆಯುತ್ತದೆ. ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ಪದಗಳ ಬಳಕೆ, ಕನ್ನಡ ಪದಗಳು, ಹಿಂದಿ, ತೆಲುಗು, ತಮಿಳು, ಮಲೆಯಾಳಂ ಮೊದಲಾದ ಮಿಶ್ರಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆ, ವ್ಯಾಕರಣ ನಿಯಮಗಳ ಉಲ್ಲಂಘನೆ ಮೊದಲಾದ ಎಲ್ಲೆಗಳನ್ನು ಮೀರಿ ಭಾಷೆ ಸ್ವತಂತ್ರವಾಗಿ ತನಗಿಷ್ಟ ಬಂದಂತೆ ಬೆಳೆಯಲು ರೇಡಿಯೋದ ಖಾಸಗೀ ವಾಹಿನಿಗಳು ಕಾರಣವಾಗುತ್ತಿವೆ.

ಖಾಸಗೀ ವಾಹಿನಿಗಳಲ್ಲಿ ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆಯನ್ನು ಮೊದಲು ಗಮನಿಸಿದಂತಹ ಭಾಷಾಭಿಮಾನಿಗಳು ಹೌಹಾರಿದರು. ಯಾವುದು ಈ ಭಾಷೆ? ಏನಿದು ಮಾತಿನ ಶೈಲಿ? ಎಂದು. ಇದರಿಂದ ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯು ಹಾಳಾಗುತ್ತಿದೆ ಎಂದೆಲ್ಲಾ ತಿಳಿಯಲಾಗಿತ್ತು. ಮಾತನಾಡಿದರೆ ಒಂದು ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿ ಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಮಾತನಾಡಲಿ ಭಾಷೆಗಳ ಕಲಸು ಮೇಲೋಗರ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ ಎಂದು ಆತಂಕವನ್ನು ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸಿದ್ದರು.

ಆದರೆ ಖಾಸಗೀ ವಾಹಿನಿಗಳು ತಮ್ಮ ವರ್ಚಸ್ಸನ್ನು ಜನಪ್ರಿಯತೆಯನ್ನು ದಿನೇದಿನ ಹೆಚ್ಚಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿರುವುದೇ ಈ ರೀತಿಯ ವಿಭಿನ್ನವಾದ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆಯಿಂದ ರೇಡಿಯೋ ಜಾಕಿಗಳು ಯಾವುದನ್ನೋ ಯಾರೋ ಬರೆದ ತಯಾರಿಸಿದ್ದನ್ನು, ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಿದ್ದನ್ನು ಮಾತನಾಡುವವರಲ್ಲ. ಆ ಸಮಯ ಸಂದರ್ಭಕ್ಕೆ ಹೇಗೆ ಬೇಕೋ ಹಾಗೇ ಮಾತನಾಡುತ್ತಾರೆ. ಸ್ವಂತಿಕೆ, ಭಾಷಿಕ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ, ಅನ್ಯಭಾಷೆಯ ಪ್ರಭಾವ, ಸೃಜನಶೀಲ ಮೌಖಿಕತೆ, ನಿರರ್ಗಳತೆ, ನಿರಂತರತೆ ಮೊದಲಾದವು ಅವರು ಭಾಷಾ ಬಳಕೆಯಲ್ಲಿ ಕಂಡು ಬರುವ ಪ್ರಮುಖ ಅಂಶಗಳು.

ರೇಡಿಯೋ ವಾಹಿನಿಗಳ ಮೂಲಕ ನಡೆಯುತ್ತಿರುವ ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ಆಧುನೀಕರಣ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ನಿರಂತರವಾಗಿ ಸಾಗುತ್ತಿದೆ. ಇದನ್ನು ಕುರಿತಂತೆ ಕೇಳುಗನ ಆಕ್ಷೇಪ ಕೂಡಾ ಇಲ್ಲ. ಕಾರಣ ಬದಲಾಗುತ್ತಿರುವ ಬದುಕು, ಜೀವನ, ಶೈಲಿಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ವ್ಯಕ್ತಿ, ಅವನ ಭಾಷೆ ರೂಪುಗೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ಅದು ಸ್ವಾಗತಾರ್ಹವೋ, ಆತಂಕದ ಸಂಗತಿಯೋ ಮುಖ್ಯವಲ್ಲ. ಜನರು ಅದನ್ನು ಒಪ್ಪಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿರುವುದು, ಬಳಸುತ್ತಿರುವುದು ಮುಖ್ಯವೆನಿಸುತ್ತವೆ.

ಒಟ್ಟಾರೆ ರೇಡಿಯೋ ಮೂಲಭೂತವಾಗಿ ಕೇಳುಗರನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿದ್ದು ದೃಷ್ಟಿಯಿಂದ, ಅಂಗಾಂಗಗಳ ಅರ್ಥಗರ್ಭಿತ ಚಲನೆಯಿಂದ, ಭಾವಾಭಿನಯದ ಮೂಲಕ ಮಾತಿಗೆ ದೊರೆಯುವ ಬೆಂಬಲ ಇಲ್ಲಿ ಇಲ್ಲ, ಹಾಗಾಗಿ ಭಾಷೆಯ ಧ್ವನಿ ಪರಿಣಾಮದಿಂದಲೇ ಕೇಳುಗನ ಗಮನ ಸೆಳೆಯಬೇಕು. ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ತಲುಪಬೇಕು. ಆತ್ಮೀಯವಾದ ಮತ್ತು ಸಮರ್ಥವಾದ ಭಾಷಿಕ ಪ್ರಯೋಗಗಳು ರೇಡಿಯೋದ ಕಾರ್ಯಗಳು ಯಶಸ್ಸು ಸಾಧಿಸಲು ಕಾರಣವಾಗುತ್ತವೆ.

೩. ದೂರದರ್ಶನ

ಇತ್ತೀಚಿನ ದಶಕಗಳಲ್ಲಿ ದೂರದರ್ಶನ ಅತ್ಯಂತ ಪ್ರಬಲಯುತವಾದ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮವಾಗಿದೆ. ರೇಡಿಯೋದ ನಂತರ ಎಲ್ಲರ ಮನೆ - ಮನೆ ತಲುಪಿದ ಮಾಧ್ಯಮ ಇದಾಗಿದೆ. ದೂರದರ್ಶನವು ಉಳಿದ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಿಗಿಂತಲೂ ಅತ್ಯಂತ ಶಕ್ತಿಯುತವಾದ ಮಾಧ್ಯಮ. ಇತರ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಎಲ್ಲಾ ಕೆಲಸವನ್ನೂ ತಾನೊಂದೇ ನಿರ್ವಹಿಸುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ದೂರದರ್ಶನಕ್ಕಿದೆ. ಆದರೆ ದೂರದರ್ಶನ ಮಾಧ್ಯಮದ ಮಿತಿಯೆಂದರೆ ದೂರದರ್ಶನದ ವೀಕ್ಷಣೆಗೆ ಸಮಯ - ವಿರಾಮದ ಅಗತ್ಯ ಬೇಕು. ದೂರದರ್ಶನ ಮಾಯಾಪೆಟ್ಟಿಗೆ ಅದರ ಪ್ರಭಾವಕ್ಕೆ ಒಳಗಾಗದ ಜನರೇ ಇಲ್ಲ. ಇಂತಹ ದೂರದರ್ಶನವು ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಪ್ರಥಮ ಬಾರಿಗೆ ೧೯೫೯ರಲ್ಲಿ ಆರಂಭವಾಯಿತು. ಇಂದಿಗೆ ೫೦ ದಶಕಗಳ ಸಂಭ್ರಮವನ್ನು ಕೂಡಾ ಆಚರಿಸುತ್ತಿದೆ. ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ದೂರದರ್ಶನವು ೧೯೭೭ರಲ್ಲಿ ಆರಂಭಗೊಂಡಿತು. ಇಂದು ಕರ್ನಾಟಕದಾದ್ಯಂತ ಹಲವಾರು ದೂರದರ್ಶನ ಕೇಂದ್ರಗಳಿವೆ. ಹಲವಾರು ಕನ್ನಡ ವಾಹಿನಿಗಳು ಪ್ರಸಾರಗೊಳ್ಳುತ್ತಿವೆ.

ದೂರದರ್ಶನದಲ್ಲಿ ಸರ್ಕಾರೀ ವಾಹಿನಿಯಲ್ಲದೆ ಉದಯ, ಉದಯ ಮೂವೀಸ್, ಉದಯ ವಾರ್ತೆಗಳು, ಉದಯ (U೨), ಈ ಟಿವಿ ಕನ್ನಡ, ಕಸ್ತೂರಿ, ಸುವರ್ಣ, ಝೀ ಕನ್ನಡ ಮತ್ತು ಟಿ.ವಿ. ೯ ಗಳೆಂಬ ೯ ಕನ್ನಡ ವಾಹಿನಿಗಳು ಪ್ರಸಾರವಾಗುತ್ತವೆ. ಅದರಲ್ಲಿ ಒಂದು ವಾಹಿನಿ ಸಂಪೂರ್ಣ ಚಲನಚಿತ್ರಕ್ಕೂ, ಒಂದು ಚಲನಚಿತ್ರ ಗೀತೆಗಳಿಗೂ, ಮತ್ತೊಂದು ವಾಹಿನಿ ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ವಾರ್ತಾ ಪ್ರಸಾರಕ್ಕೆ ಮೀಸಲಾಗಿದೆ. ಉಳಿದಂತ ವಾಹಿನಿಗಳು

ವೈವಿಧ್ಯಮಯವಾದ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಪ್ರಸಾರಗೊಳಿಸುತ್ತವೆ. ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದ ವೈವಿಧ್ಯತೆಗೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆ ಬಳಕೆಯಿದೆ.

ದೂರದರ್ಶನದ ವೈವಿಧ್ಯಮಯ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳು ಮತ್ತು ಕನ್ನಡ ಭಾಷಾ ಬಳಕೆ

ದೂರದರ್ಶನದಲ್ಲಿ ವೈವಿಧ್ಯಮಯವಾದಂತಹ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳು ಪ್ರಸಾರವಾಗುತ್ತವೆ. ಖಾಸಗೀವಾಹಿನಿಗಳಿಗೆ ಹೋಲಿಸಿದರೆ ಸರ್ಕಾರಿ ಸ್ವಾಮ್ಯದ ವಾಹಿನಿಗಳಲ್ಲಿ ಈ ವೈವಿಧ್ಯತೆ ಹೆಚ್ಚು. ಮನರಂಜನೆ, ಮಾಹಿತಿ - ಪ್ರಸಾರ, ವೈಚಾರಿಕತೆಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳು ಪ್ರಸಾರವಾಗುತ್ತವೆ. ಭಿನ್ನ ಕಾರ್ಯವೈಖರಿಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಭಾಷೆಯು ಬಳಕೆಯಾಗುತ್ತದೆ. ದೂರದರ್ಶನದಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳ ಭಾಷಾಬಳಕೆಯು ಸರ್ಕಾರಿ ಮತ್ತು ಖಾಸಗೀ ವಾಹಿನಿಗಳು ಅನುಸರಿಸಬೇಕಾದ ನೀತಿಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿರುತ್ತದೆ.

೧. ವಾರ್ತಾಪ್ರಸಾರದಲ್ಲಿ ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆ

ದೂರದರ್ಶನದಲ್ಲಿ ಸುದ್ದಿಯನ್ನು ಸರ್ಕಾರಿ ಮತ್ತು ಖಾಸಗಿವಾಹಿನಿಗಳೆರಡೂ ಬಿತ್ತರಿಸುತ್ತವೆ. ದೃಶ್ಯದೊಂದಿಗೆ ಮಾತೂ ಕೂಡಾ ಪ್ರಸಾರವಾಗುವ ಕಾರಣ ಭಾಷೆಯ ಬಗೆಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಗಮನಹರಿಸಬೇಕು. ದೂರದರ್ಶನದ ಸರ್ಕಾರೀ ಸ್ವಾಮ್ಯದ ವಾಹಿನಿಗಳಲ್ಲಿ ವಾರ್ತಾಪ್ರಸಾರದ ಅವಧಿ ಸೀಮಿತವಾದುದು. ಹಾಗಾಗಿ ಮಂಡಿಸುವ ಸುದ್ದಿಯನ್ನೇ ಹೆಚ್ಚು ಆಕರ್ಷಕವಾಗಿ - ಸರಳವಾಗಿ ಮಂಡಿಸುವುದು ಬರಹಗಾರರಿಗೆ ಮತ್ತು ಸುದ್ದಿಯನ್ನು ವಾಚನ ಮಾಡುವವರಿಗೆ ಇರಲೇಬೇಕಾದ ಜವಾಬ್ದಾರಿ.

ದೂರದರ್ಶನದಲ್ಲಿ ಸುದ್ದಿಯು ಪತ್ರಿಕೆಗಳಿಗಿಂತ ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತರೂಪದಲ್ಲಿ ಪ್ರಸಾರವಾಗುತ್ತದೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಭಾಷೆಯ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾದ ಬಳಕೆ ಮೇಲೆ ಹೆಚ್ಚು ಒತ್ತನ್ನು ನೀಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ದೂರದರ್ಶನದಲ್ಲಿ ವಾರ್ತಾವಾಚನ ಮೌಖಿಕ ಮಾಧ್ಯಮ. ಬರೆದು ಕೊಟ್ಟಿರುವುದನ್ನು ಮಾತ್ರವೇ ಓದಲಾಗುತ್ತದೆ. ವಾರ್ತಾ ವಾಚಕರಿಗೆ ವೀಕ್ಷಕರ ಕಡೆಗೆ ಗಮನಹರಿಸುತ್ತಾ ಅವರಿಗೆ ಅರ್ಥವಾಗುವಂತೆ ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ ಓದಬೇಕಾದ ಅಗತ್ಯವಿರುತ್ತದೆ.

ದೂರದರ್ಶನದಲ್ಲಿ ಸುದ್ದಿಯನ್ನು ಬರೆಯುವವರು ಅನುಸರಿಸಬೇಕಾದ ಕೆಲವು ಮುಖ್ಯ ಅಂಶಗಳೆಂದರೆ, ಸುದ್ದಿಯನ್ನು ಚಿಕ್ಕದಾಗಿ ಚೊಕ್ಕವಾಗಿ ಬರೆಯಬೇಕು. ಸರಳವಾದ, ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತವಾದ ವಾಕ್ಯಗಳಿಂದ ಕೂಡಿರಬೇಕು. ವರ್ತಮಾನದ ಸಂಬೋಧನೆಯೊಂದಿಗೆ ಪರಿಚಿತ ಪದಗಳ ಬಳಕೆಯಿರಬೇಕು. ವಾಕ್ಯ ರಚನೆಯು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿರಬೇಕು. ಕಾರಣ ಮಧ್ಯೆ ಮಧ್ಯೆ ಬಿಂಬಿಸುವ ದೃಶ್ಯ ಚಿತ್ರಗಳಿಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಚಿತ್ರ ಮತ್ತು ಭಾಷೆಯ ಹೊಂದಾಣಿಕೆಯಾಗುವಂತೆ ಇರಬೇಕು.

ದೂರದರ್ಶನದಲ್ಲಿ ಸುದ್ದಿ ಪ್ರಸಾರವಾಗುವ ಡಿ.ಡಿ.೧ ಮತ್ತು ಚಂದನ ವಾಹಿನಿಗಳು ಅತ್ಯಂತ ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣಗೊಂಡ ಭಾಷೆಯನ್ನು ಸುದ್ದಿಮಂಡನೆಗಾಗಿ ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತವೆ. ನುಡಿ ಚೆರಕೆ - ನುಡಿ ಜಗಿತದ ಅಂಶಗಳು ಸರ್ಕಾರೀ ಸ್ವಾಮ್ಯದ ವಾಹಿನಿಗಳಲ್ಲಿ ಕಂಡುಬರುವುದಿಲ್ಲ. ಈ ವಾಹಿನಿಗಳಲ್ಲಿ ಮುಖ್ಯಾಂಶವನ್ನು ಬರಹ ಮತ್ತು ಮಾತಿನ ಎರಡೂ ರೂಪಗಳಲ್ಲಿ ತಿಳಿಸಲಾಗುವುದು. ಸುದ್ದಿ ವಿವರಣೆ ಮಾತ್ರ ಮೌಖಿಕವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಸುದ್ದಿ ವಿವರಣೆ ನೀಡುವಾಗ ಬರಹ ರೂಪದ ಸುದ್ದಿ ತೆರೆಯ ಮೇಲೆ ಪ್ರಸಾರವಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಆದರೆ ಖಾಸಗೀ

ವಾಹಿನಿಗಳಲ್ಲಿ ಸುದ್ದಿ ಪ್ರಸಾರ ವೈವಿಧ್ಯಮಯವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಇವು ಪ್ರಮಾಣೀಕೃತ ಭಾಷೆ ಬಳಸಿದರೂ ಮಂಡಿಸುವ ಶೈಲಿ ಮಾತನಾಡುವಂತೆಯೇ ಇರುತ್ತದೆ. ನುಡಿ ಬೆರಕೆ - ನುಡಿ ಜಿಗಿತದ ಅಂಶಗಳು ಭಾಷೆಯ ಬರಹ ಮತ್ತು ಮಾತು ಎರಡರಲ್ಲೂ ಕಂಡುಬರುತ್ತದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ : ದಿನಾಂಕ 25-08-2009ರಂದು ಮಧ್ಯಾಹ್ನ ಈ ಟಿ.ವಿ. ವಾಹಿನಿಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಸಾರವಾದ ಸುದ್ದಿಯೊಂದು ಈ ರೀತಿ ಇತ್ತು. ದ್ವಿಚಕ್ರ ವಾಹನಕ್ಕೆ ಡಿಕ್ಕಿ ಹೊಡೆದು ವಾಹನ ಚಾಲಕ ಪರಾರಿಯಾದದ್ದು ಮತ್ತು ದ್ವಿಚಕ್ರ ಚಾಲಕ ಸ್ಥಳದಲ್ಲೇ ಮೃತಪಟ್ಟಿದ ಘಟನೆ ಮಂಡನೆಯಾಗಿದ್ದು ಈ ರೀತಿ "ಬೆಂಗಳೂರಿನಲ್ಲಿ 'ಹಿಟ್ ಅಂಡ್ ರನ್' ಪ್ರಕರಣ" ಇಲ್ಲಿ ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ಪದಬಳಕೆಯ ಮೂಲಕ ಸುದ್ದಿಯನ್ನು ರೋಚಕಗೊಳಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಇದಲ್ಲದೆ ಖಾಸಗೀ ವಾಹಿನಿಯ ವಾರ್ತಾ ಪ್ರಸಾರದಲ್ಲಿ ತೆರೆಯ ಮೇಲೆ Breaking News, Flash News ಶೀರ್ಷಿಕೆಗಳ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಅನೇಕ ಸುದ್ದಿಗಳು ಬರಹ ರೂಪದಲ್ಲಿ ಪ್ರಸಾರವಾಗುತ್ತವೆ. ಇದೇ Flash Newsಗಳನ್ನು ಸರ್ಕಾರೀ ವಾಹಿನಿಗಳಲ್ಲಿ "ಇದೀಗ ಬಂದ ಸುದ್ದಿ" ಎಂದು ತಿಳಿಸಿ ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಖಾಸಗೀ ವಾಹಿನಿಗಳ ಸುದ್ದಿ ಪ್ರಸಾರದ ಉದ್ದಕ್ಕೂ ತೆರೆಯ ತಳಭಾಗದಲ್ಲಿ ಬರಹದ ರೂಪದಲ್ಲಿರುವ ಸುದ್ದಿಯ ತುಣುಕುಗಳು ಚಲಿಸುತ್ತಲೇ ಇರುತ್ತವೆ. ಈ ರೀತಿಯ ವಾರ್ತಾಪ್ರಸಾರದಿಂದ ಅಕ್ಷರ ಬಲ್ಲವರು ಹೆಚ್ಚಿನ ವಿಷಯವನ್ನು ಓದಿ ಗ್ರಹಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ.

ವಾರ್ತಾ ಪ್ರಸಾರವು ಹಲವಾರು ವಿಷಯ ವೈವಿಧ್ಯತೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತವೆ. ರಾಜಕೀಯ, ಸಾಮಾಜಿಕ, ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ, ಕ್ರೀಡೆ, ವಿದೇಶಿ ಸುದ್ದಿ, ವಾಣಿಜ್ಯ, ವ್ಯಾಪಾರ, ಹವಾಮಾನ ಹೀಗೆ ಅನೇಕ ಸುದ್ದಿಯನ್ನು ಮಂಡಿಸುತ್ತವೆ. ವೈವಿಧ್ಯಮಯ ಸುದ್ದಿಗಳಿಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆ ಮತ್ತು ಪದಗಳ ಆಯ್ಕೆಯೂ ಕೂಡಾ ವೈವಿಧ್ಯಮಯವಾಗಿರುತ್ತದೆ.

೨. ಮಹಿಳೆಯರು ಮತ್ತು ಮಕ್ಕಳ ಕುರಿತ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳಲ್ಲಿ ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆ

ದೂರದರ್ಶನವು ಸಮಾಜದ ವಿವಿಧ ವರ್ಗಗಳಿಗೆ ವಿವಿಧ ವಯೋಮಾನದವರಿಗೆ ಅಗತ್ಯವಾದ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಬಿತ್ತರಿಸುತ್ತದೆ. ಅದರಲ್ಲೂ ವಿಶೇಷವಾಗಿ ಮಹಿಳೆಯರು ಮತ್ತು ಮಕ್ಕಳಿಗಾಗಿ ಸಾಮಾಜಿಕ, ಶೈಕ್ಷಣಿಕ, ಆರೋಗ್ಯ, ಕಾನೂನು, ಉದ್ಯೋಗ, ಮೊದಲಾದವುಗಳ ಕುರಿತಂತೆ ಅರಿವನ್ನು, ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಒದಗಿಸಲು ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸಲಾಗುತ್ತವೆ. ಸಂದರ್ಶನ, ಸಲಹೆ, ಫೋನ್-ಇನ್ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ ಮೊದಲಾದವುಗಳು ಪ್ರಮುಖವಾಗಿರುತ್ತದೆ.

ದೂರದರ್ಶನಕ್ಕಿಂತಲೂ ಖಾಸಗೀ ವಾಹಿನಿಗಳಲ್ಲಿ ವೈವಿಧ್ಯಮಯವಾದ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಕಾಣಬಹುದು. ಝೀ ಕನ್ನಡ ವಾಹಿನಿಯಲ್ಲಿ, ರುಚಿ ಅಭಿರುಚಿ, ಯಾರಿಗುಂಟು ಯಾರಿಗಿಲ್ಲ, ಈ ಟಿ.ವಿ. ಕನ್ನಡದಲ್ಲಿ 'ಸವಿರುಚಿ', ಉದಯವಾಹಿನಿಯಲ್ಲಿ ಸೀರೆಗೊಂದು ಸವಾಲ್, ಕಸ್ತೂರಿ ವಾಹಿನಿಯಲ್ಲಿ 'ರಾಣಿ - ಮಹಾರಾಣಿ' ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ ಈ ಎಲ್ಲಾ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳು ಮಹಿಳೆಯರಿಂದ ಮಹಿಳೆಯರಿಗಾಗಿಯೇ ನಡೆಸಲಾಗುತ್ತಿರುವ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳು. ದೂರದರ್ಶನದ ಈ ಖಾಸಗೀ ವಾಹಿನಿಗಳಲ್ಲಿ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆಯೂ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದ ವೈವಿಧ್ಯತೆಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿರುತ್ತದೆ.

ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಖಾಸಗೀ ವಾಹಿನಿಯ ಮಹಿಳಾ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮವೊಂದರಲ್ಲಿ ಕನ್ನಡ ಭಾಷಾ ಬಳಕೆಯನ್ನು ಗುರುತಿಸೋಣ.

ದಿನಾಂಕ ೨೫.೦೮.೨೦೦೯ರಂದು ಮಧ್ಯಾಹ್ನ ೧೨ ಗಂಟೆಗೆ ಈ.ಟಿ.ಯ ಕನ್ನಡ ವಾಹಿನಿಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಸಾರವಾದ 'ಸವಿರುಚಿ' ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದಲ್ಲಿ ನಿರೂಪಕಿಯ ಭಾಷಾ ಬಳಕೆಯ ವೈಖರಿ ಈ ರೀತಿ ಇತ್ತು.

"ವೀಕ್ಷಕರೆ, ಸವಿರುಚಿ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಕ್ಕೆ ನಿಮಗೆಲ್ಲ ಸ್ವಾಗತ. Knoar ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಬಳಸಿ ತಯಾರಿಸುವ ಹೊಸ ಹೊಸ ಅಡುಗೆ ರೂಚಿಗಳನ್ನು ಕಲಿಯೋದಕ್ಕೆ Ready ಇದ್ದೀರಾ. ಹಾಗಾದ್ರೆ ಬನ್ನಿ ಕಲಿಸೋದಕ್ಕೂ Ready ಇದ್ದಾರೆ. ಅವರನ್ನ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಕ್ಕೆ ಸ್ವಾಗತಿಸೋಣ. "......... Welcome to our show madam and congrats' ನೀವು ನಮ್ಮ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಕ್ಕೆ Select ಆಗಿ Partispate ಮಾಡೋಕ್ಕೆ ಬಂದಿರೋದು ನಿಜಕ್ಕೂ ಸಂತಸದ ವಿಷಯ..." ಹೀಗೆ ಮುಂದುವರೆಯುತ್ತದೆ.

ಈ ರೀತಿಯ ನಿರೂಪಣೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರತ್ಯಯಗಳು ಕನ್ನಡದವಾಗಿದ್ದು ಪದಗಳು ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ಭಾಷೆಯವಾಗಿವೆ. ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ಪದಗಳನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಂಡು ನಿರೂಪಕಿ ನಿರರ್ಗಳವಾಗಿ ಮಾತನಾಡುತ್ತಾಳೆ. ನುಡಿ ಬೆರಕೆ ಖಾಸಗೀ ವಾಹಿನಿಗಳ ಭಾಷಾ ಬಳಕೆಯ ಸಾಮಾನ್ಯ ಲಕ್ಷಣವಾಗಿವೆ. ಇಂತಹ ಭಾಷಾ ಬಳಕೆ ಕುರಿತು ವೀಕ್ಷಕರ ಆಕ್ಷೇಪವೂ ಇಲ್ಲ. ದೃಶ್ಯದೊಂದಿಗೇ ಮಾತು ಪ್ರಸಾರವಾಗುವ ಕಾರಣ ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ಅರಿಯವದವರೂ ಕೂಡಾ ದೃಶ್ಯವನ್ನು ಗಮನಿಸಿ ಒಂದು ಅಂದಾಜಿನ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ವಿಷಯವನ್ನು ಗ್ರಹಿಸುತ್ತಾರೆ.

ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ಅಡುಗೆ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದಲ್ಲಿ ಅಡುಗೆಗೆ ಬಳಸುವ ಪರಿಕರಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ಮಾಡುವ ವಿಧಾನವನ್ನು ಅಡುಗೆ ಮಾಡುವವರು ಆಂಗ್ಲಭಾಷೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚು ಬಳಸಿ ನಿರೂಪಿಸುವುದುಂಟು. ಉದಾ : ಬೀನ್ಸ್ (ಹುರಳಿಕಾಯಿ), ಸಾಲ್ಟ್ (ಉಪ್ಪು), ಪೊಟ್ಯಾಟೋ (ಆಲೂಗಡ್ಡೆ), ಆಯಿಲ್ (ಎಣ್ಣೆ) ಇತ್ಯಾದಿ.

Fry ಮಾಡಿ ಕೊಳ್ಳಿ, Add ಮಾಡಿ, Mix ಮಾಡಿ, Boil ಆಗಬೇಕು ಈ ರೀತಿ ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ಕ್ರಿಯಾಪದಗಳಿಗೆ ಕನ್ನಡದ ಸಹಾಯಕ ಕ್ರಿಯಾಪದಗಳನ್ನು ಬಳಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ವೀಕ್ಷಕರಿಗೆ ಬಳಕೆಯ ಭಾಷೆ ಗೊಂದಲವೆನಿಸಿದರೂ ದೃಶ್ಯದ ಮೂಲಕ ನೋಡಲು ಸಾಧ್ಯವಿರುವುದರಿಂದ ವಸ್ತು ವಿಷಯವನ್ನು ಅರ್ಥೈಸಿಕೊಳ್ಳಬಲ್ಲರು.

ದೂರದರ್ಶನವು ಇಂದು ಮಕ್ಕಳನ್ನು ಹೆಚ್ಚು ಆಕರ್ಷಿಸುತ್ತಿರುವ ಮಾಧ್ಯಮ. ಬೊಂಬೆ ಆಟ, ಕ್ವಿಜ್ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ, ಅನಿಮೇಷನ್ ಚಿತ್ರಗಳು, ಅರಳು ಮಲ್ಲಿಗೆ ಎಳೆಯ ಮನಸ್ಸಿನ ಎಳೆಗಳು, ಮೊದಲಾದವು ಮಕ್ಕಳಿಗಾಗಿಯೇ ಇರುವಂತಹ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳು. ಮಕ್ಕಳ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳಲ್ಲಿ ಎರಡು ಬಗೆಯನ್ನು ಕಾಣಬಹುದು. ಮಕ್ಕಳಿಗಾಗಿಯೇ ತಯಾರಾದ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳು, ಮಕ್ಕಳೇ ಭಾಗವಹಿಸುವ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳು. ಈ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳಲ್ಲಿ ಮಕ್ಕಳಿಗೆ ಅರ್ಥವಾಗುವಂತಹ ಪದಬಳಕೆಯಿರುತ್ತದೆ. ಭಾಷೆಯು ಸರಳವೂ, ಸ್ಪಷ್ಟವೂ ಆಗಿದ್ದು ಮಕ್ಕಳ ಗ್ರಹಿಕೆಗೆ ನಿಲುಕುವಂತಿರುತ್ತದೆ.

೩. ಕೃಷಿ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ ಮತ್ತು ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆ

ಭಾರತ ಕೃಷಿ ಪ್ರಧಾನ ದೇಶ. ಹಾಗಾಗಿ ಜನತೆಗೆ ಕೃಷಿ ಕುರಿತಂತೆ ಅರಿವು, ತಿಳುವಳಿಕೆ ಮೂಡಿಸಲು ಮತ್ತು ಕೃಷಿ ಕಾರ್ಯಗಳನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸಲು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ದೂರದರ್ಶನದ ಮೂಲಕ ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ದೂರದರ್ಶನದ ಕರ್ನಾಟಕ ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಪ್ರಸಾರದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ 'ಕೃಷಿ ದರ್ಶನ' ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ ಪ್ರತಿದಿನ ಪ್ರಸಾರವಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದಲ್ಲಿ ರೈತರಿಗೆ, ಬಗೆಬಗೆಯ ಕೃಷಿ ಚಟುವಟಿಕೆ ಕುರಿತಂತೆ, ಕೃಷಿ ಪದ್ಧತಿ ಆಧುನೀಕರಣ, ಬೇಸಾಯ ಕ್ರಮಗಳು, ವಿವಿಧ ಯಂತ್ರೋಪಕರಣಗಳು ಕೃಷಿಯ ಆಧುನೀಕರಣ, ಬಿತ್ತನೆ ಬೀಜಗಳು, ಹಣಕಾಸು, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ, ವ್ಯವಹಾರ ಕೃಷಿ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಕುರಿತಂತೆ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಒದಗಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.

ದೂರದರ್ಶನದಲ್ಲಿ ಪ್ರತಿದಿನ ಅರ್ಧಗಂಟೆಗಳ ಕಾಲ ಪ್ರಸಾರವಾಗುವ 'ಕೃಷಿ ದರ್ಶನ' ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದಲ್ಲಿ ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯು ಆಯಾ ಕೃಷಿ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಭಾಷೆಯ ರಿಜಿಸ್ಟರ್‌ಗಳೊಂದಿಗೆ ಬಳಕೆಯಾಗುತ್ತದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಗಮನಿಸಿ :

ದಿನಾಂಕ ೨೬.೦೮.೨೦೦೮ರಂದು ಸಂಜೆ ೬ ಗಂಟೆಗೆ ಕೃಷಿ ದರ್ಶನದಲ್ಲಿ 'ರೇಷ್ಮೆ ಕೃಷಿಯಲ್ಲಿ ನೂತನ ತಾಂತ್ರಿಕತೆಗಳು' ಎಂಬ ಶೀರ್ಷಿಕೆಯಡಿಯಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮವನ್ನು ಪ್ರಸಾರಮಾಡಲಾಯಿತು. ಅದರಲ್ಲಿ ದೃಶ್ಯದೊಂದಿಗೆ ಭಾಷಿಕ ನಿರೂಪಣೆಯನ್ನೂ ಒದಗಿಸಲಾಗಿದ್ದು ಅವರ ನಿರೂಪಣಾ ಶೈಲಿ ಹೀಗಿದೆ. "ರೇಷ್ಮೆ ಬೆಳೆಯಲು ಇಂದು ಆಧುನಿಕ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಮತ್ತು ಉಪಕರಣಗಳನ್ನು ಬಳಸುವ ಅಗತ್ಯವಿದೆ. ಇದರಿಂದ ಹೆಚ್ಚು ಇಳುವರಿಯನ್ನು ರೈತರು ಪಡೆಯಬಹುದು. ರೇಷ್ಮೆ ಹುಳು ಸಾಕಾಣಿಕೆಗೆ ಪ್ರತ್ಯೇಕವಾದ ಚಾಕಿ ಸಾಕಾಣಿ ಮನೆ ಮತ್ತು ಹುಳು ಸಾಕಾಣೆ ಮನೆಯ ಅಗತ್ಯವಿದೆ. ಮೊದಲು ಮೊಟ್ಟೆಯನ್ನು ಬ್ಲಾಕ್ ಬಾಕ್ಸಿಂಗ್ ಮಾಡಿದ ನಂತರ ಸಂಪಾಕಗೊಳಿಸಿ ಪರಿಪಾಲಿಸಬೇಕು. ಈ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಸರಿಯಾದ ಉಷ್ಣಾಂಶ - ತೇವಾಂಶ ಮತ್ತು ರಸಭರಿತ ಎಲೆಗಳು ಅತ್ಯಗತ್ಯ. ೧ ಮನೆ ೨ನೇ ಜ್ವರದ ನಂತರ ಹುಳುಗಳು ತಟ್ಟೆಗೆ ಸಾಗಿಸುವುದು. ಅಲ್ಲಿ ರಂಬೆ ಸಾಕಾಣೆ ಪದ್ಧತಿ ಅನುಸರಿಸುವುದು. ನಾಲ್ಕನೇ ಜ್ವರದ ನಂತರ ಹಣ್ಣಾದ ಹುಳುಗಳ್ನು ರೋಟರಿ ಚಂದ್ರಿಕೆಗೆ ಬಿಡಲಾಗುವುದು."

ಈ ನಿರೂಪಣೆಯು ದೃಶ್ಯಕ್ಕೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಪ್ರಸಾರವಾಗುತ್ತದೆ. ಇಲ್ಲಿ ರೇಷ್ಮೆ ಕೃಷಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಭಾಷೆಯ ರಿಜಿಸ್ಟರ್‌ಗಳು ಬಳಕೆಯಾಗಿರುವುದನ್ನು ಕಾಣಬಹುದು. ಅಲ್ಲದೆ ಒಂದು ಕ್ಷೇತ್ರಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಬಳಸಿದ ಪದಗಳು ಅರ್ಥ ವ್ಯತ್ಯಾಸ ಹೊಂದುತ್ತವೆ. ಉದಾ : ಬ್ಲಾಕ್ ಬಾಕ್ಸಿಂಗ್, ಜ್ವರ, ತಟ್ಟೆ, ಹಣ್ಣು ಇತ್ಯಾದಿ. ಅಲ್ಲಿ ಆ ಕೃಷಿಗೇ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ವಿಶಿಷ್ಟ ಪದಬಳಕೆಯೂ ಇರುತ್ತದೆ. ಉದಾ. : ಚಾಕಿ ಮೊಟ್ಟೆ, ಜ್ವರ, ರೆಂಬೆ ಸಾಕಾಣೆ, ಚಂದ್ರಿಕೆ ಮೊದಲಾದ ವಿಶೇಷ ಪದಗಳು ರೇಷ್ಮೆ ಕೃಷಿಯಲ್ಲಿ ಮಾತ್ರವೇ ಬಳಕೆಯಾಗುವಂತವು.

೪. ಮನರಂಜನಾ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳಲ್ಲಿ ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆ

ದೂರದರ್ಶನದ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳು ಜನರಿಗೆ ಮನರಂಜನೆಯನ್ನು ಒದಗಿಸುವುದನ್ನೇ ಮುಖ್ಯ ಗುರಿಯಾಗಿ ಹೊಂದಿವೆ. ಖಾಸಗೀ ವಾಹಿನಿಗಳ ಪಾತ್ರ ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಮಹತ್ವವಾದುದು. ಅವುಗಳಲ್ಲಿ ಚಲನಚಿತ್ರಗಳು ಚಲನಚಿತ್ರ ಗೀತೆಗಳು, ಧಾರಾವಾಹಿಗಳು ಪ್ರಮುಖ ಪಾತ್ರವಹಿಸುತ್ತವೆ.

ಖಾಸಗೀ ವಾಹಿನಿಗಳು ದಿನದ ಹೆಚ್ಚು ಸಮಯವನ್ನು ಧಾರಾವಾಹಿಗಳ ಪ್ರಸಾರಕ್ಕೆಂದೇ ಮೀಸಲಿರಿಸಿವೆ. ಧಾರಾವಾಹಿಗಳನ್ನು 'ಮಾತಿನ ಮಂಟಪ'ವೆಂದೇ ಎಲ್ಲರೂ ಕರೆಯುತ್ತಾರೆ. ಇಲ್ಲಿ ಎಲ್ಲವೂ ಮಾತುಮಯ. ಧಾರಾವಾಹಿಗಳು ಬಳಸುವ ಭಾಷೆ ಮತ್ತು ಶೈಲಿ ಆ ಧಾರಾವಾಹಿಯ ಜನಪ್ರಿಯತೆಯನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತವೆ. ಕೇವಲ ಸಂಭಾಷಣೆಯ ಕಾರಣದಿಂದಲೇ ಜನಪ್ರಿಯತೆ ಗಳಿಸಿದ ಅನೇಕ ಧಾರಾವಾಹಿಗಳಿವೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಈ ಟಿವಿಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಸಾರವಾಗುತ್ತಿದ್ದ 'ಮಂಥನ' ಮತ್ತು ಝೀ ಕನ್ನಡದ 'ದಿಬ್ಬಣ' ಧಾರಾವಾಹಿಗಳು ಅವುಗಳ ವಿಶಿಷ್ಟ ಭಾಷಿಕ ಸಂಭಾಷಣೆಯಿಂದಲೇ ಜನಪ್ರಿಯವೆನಿಸಿವೆ. ಧಾರಾವಾಹಿಗಳ ಭಾಷೆ ಹೆಚ್ಚು ಸರಳವೂ, ಸ್ಪಷ್ಟವೂ ಆಗಿರುತ್ತದೆ. ದಿನನಿತ್ಯದ ವ್ಯವಹಾರದಲ್ಲಿನ ಮಾತಿನ ಶೈಲಿ ಮತ್ತು ಪದಗಳೇ ಧಾರಾವಾಹಿಗಳಲ್ಲೂ ನಾವು ಕಾಣುತ್ತೇವೆ. ವೀಕ್ಷಕರು ಗೊಂದಲವಿಲ್ಲದೆ ಗ್ರಹಿಸಬೇಕೆಂಬ ಉದ್ದೇಶದಿಂದ ಭಾಷಿಕ ಬಳಕೆ ಸರಳವಾಗಿರುತ್ತದೆ.

ಮನರಂಜನಾ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳಲ್ಲಿ ಚಲನಚಿತ್ರ ಮತ್ತು ಚಲನಚಿತ್ರ ಗೀತೆಗಳಿಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಮಹತ್ವ. ಚಲನಚಿತ್ರ ಗೀತೆಗಳು ಮತ್ತು ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆಯನ್ನು ಕುರಿತು ಮುಂದಿನ ವಿಭಾಗದಲ್ಲಿ ವಿವರವಾಗಿ ತಿಳಿಸಲಾಗುವುದು.

ಉದಯ ೨ ರಲ್ಲಿ ಪ್ರತಿದಿನದ ಇಪ್ಪತ್ತಾನಾಲ್ಕು ಗಂಟೆಯೂ ಚಲನಚಿತ್ರಗೀತೆಗಳನ್ನು ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ವಿವಿಧ ನಿರೂಪಕರು ಬಗೆಬಗೆಯ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ನಿರೂಪಿಸುತ್ತಾರೆ. ನುಡಿ ಮಿಶ್ರಣ ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಕಂಡುಬರುವಂತಹ ಅಂಶವಾಗಿದೆ.

ಗುಡ್‌ಮಾರ್ನಿಂಗ್ ಗೆಳೆಯರೆ, ಮಾರ್ನಿಂಗ್ ಕಾಫಿ, ಹ್ಯಾಪಿಡೇ, U೨ ಗೆಳತಿ, ನಗೆಹನಿ, ಓಲ್ಡ್ ಈಸ್ ಗೋಲ್ಡ್, ಕಾಲೇಜ್ ಕ್ಯಾಂಪಸ್, ಕಾಫಿಬಾರ್, ಲವ್‌ಬರ್ಡ್ಸ್, ಸವಿಸಲು ನೆನಪು, ಸ್ವೀಟ್ ಡ್ರೀಮ್ಸ್, U೨ ಮ್ಯೂಸಿಕ್ ಹೀಗೆ ಹಲವಾರು ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಗೀತೆಗಳ ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಉದಯ ೨ ನೇರಪ್ರಸಾರದ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮವಾದ ಕಾರಣ ಇಲ್ಲಿ ಕೆಲವು ವಿಷಯಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿ ನೀಡುವ ಮೂಲಕ ಇಲ್ಲವೆ ಕರೆ, ಎಸ್.ಎಂ.ಎಸ್. ಪತ್ರಗಳ ಕೋರಿಕೆಯ ಮೇರೆಗೆ ಗೀತೆ ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಇಲ್ಲಿ ನಿರೂಪಕ ಕರೆ ಮಾಡುವ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನೊಂದಿಗೆ ಆ ಸ್ಥಳದಲ್ಲೇ ಮಾತನಾಡುವ ಕಾರಣ ಪೂರ್ವ ತಯಾರಿ ಯಾವುದೂ ಇಲ್ಲದೆ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಜನರ ಮಾತಿನ ಶೈಲಿಯೇ ನಿರೂಪಣೆಯಲ್ಲೂ ಬಳಕೆಯಾಗುತ್ತದೆ.

ನಿರೂಪಕನ ಭಾಷಾ ಶೈಲಿ ಸಹಜವಾದ ಆಡುಮಾತಿನ ಶೈಲಿಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ನುಡಿ ಬೆರಕೆ ನುಡಿಪಲ್ಲಟಗಳು ಹೇರಳವಾಗಿ ಕಂಡುಬರುತ್ತವೆ. ಅಲ್ಲದೆ ವ್ಯಾಕರಣ ನಿಯಮಗಳ ಸಡಿಲಿಕೆ ಇಲ್ಲಿ ಕಂಡುಬರುವ ಮತ್ತೊಂದು ಅಂಶ. ಅಪರಿಪೂರ್ಣವಾದಂತಹ ವಾಕ್ಯಗಳನ್ನು ಹೆಚ್ಚು ಬಳಸಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಒಂದು ನಿರೂಪಣಾ ಶೈಲಿಯನ್ನು ಗಮನಿಸೋಣ : ಉದಯ ೨ರಲ್ಲಿ ಮಧ್ಯಾಹ್ನ ೩ ಗಂಟೆಗೆ ಪ್ರಸಾರವಾದ 'ಓಲ್ಡ್' ಈಸ್ಟ್ ಗೋಲ್ಡ್' ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ. ಇದು ಕರೆ ಮಾಡಿ ಒಂದು ಹಳೆಯ ಗೀತೆ ಹಾಡುವ ಮೂಲಕ ಮತ್ತೊಂದು ಒಂದು ಹಳೆ ಗೀತೆ ಪ್ರಸಾರ ಕೋರುವಂತದ್ದು. ಈ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದಲ್ಲಿ ನಿರೂಪಕನ ಭಾಷಾ ಬಳಕೆ ಹೀಗಿದೆ.

"Hello ಯಾರ್ ಮಾತಾಡ್ತಿರೋದು. Ok ಹೇಳಿಸಾರ್ ನೀವು ಯಾವ Old Song ಹಾಡ್ತೀರಾ ಅಂತ. Ok Good, beautiful ಆಗಿದೆ ಸಾರ್ ನಿಮ್ಮ Voice Ok. ನಿಮ್ಮ Favorite song ಯಾವುದಂತ ಹೇಳಿ

ಸಾರ್? Ok. any way thanks for calling ಹೀಗೆ ಕರೆ ಮಾಡ್ತಾ ಇರಿ U೨ ನೋಡ್ತಾ ಇರಿ ಅಂತ ಹೇಳ್ತಾ ಒಂದು Beautiful song ನಿಮಗಾಗಿ Play ಮಾಡ್ತೀನಿ ನೋಡಿ."

ಇಂತಹ ನಿರೂಪಣಾ ಶೈಲಿಯು ನುಡಿ ಬೆರಕೆ, ನುಡಿ ಪಲ್ಲಟಗಳು ಹೇರಳವಾಗಿ ಕಂಡುಬರುತ್ತದೆ. ನಾಮಪದ, ಕ್ರಿಯಾಪದ, ವಿಶೇಷಣಗಳೆಲ್ಲ ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ಭಾಷೆಯದಾಗಿ ಪ್ರತ್ಯೇಯ ಮಾತ್ರವೇ ಕನ್ನಡದ್ದಾಗಿವೆ.

ಮನೋರಂಜನಾ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳಲ್ಲಿ ಇಂದು ದೂರದರ್ಶನದಲ್ಲಿ ಪ್ರಸಾರವಾಗುತ್ತಿರುವ ಹೆಚ್ಚು ಜನಪ್ರಿಯ ಕಾರ್ರಕ್ರಮಗಳೆಂದರೆ 'ರಿಯಾಲಿಟಿ ಷೋ'ಗಳು. ಅಲ್ಲಿ ನಿರೂಪಕರ ಭಾಷೆ ಬಳಕೆ ತೀರ್ಪುಗಾರರ ಭಾಷಾ ಬಳಕೆ, ಸ್ಪರ್ಧಿಗಳ ಭಾಷಾ ಬಳಕೆ ತುಂಬಾ ವೈವಿಧ್ಯಮಯವಾಗಿರುತ್ತವೆ. ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ಆಧುನೀಕರಣಗೊಳ್ಳುತ್ತಿರುವ ಲಕ್ಷಣಗಳು ಯಥೇಚ್ಛವಾಗಿ ಕಾಣಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಈ ರೀತಿ ದೂರದರ್ಶನವು ಒಂದು ಪ್ರಮುಖವಾದ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮವಾಗಿದ್ದು, ಎಲ್ಲರ ಮನೆ - ಮನಗಳನ್ನು ತಲುಪಿದೆ. ದಿನದ ಬಹುತೇಕ ಸಮಯವನ್ನು ಟಿವಿಯೊಂದಿಗೆ ಕಳೆಯುವ ಜನತೆಯ ಮೇಲೆ ದೂರದರ್ಶನದ ಪ್ರಭಾವ ಹೆಚ್ಚು. ಜನಭಾಷೆಯೇ ಮಾಧ್ಯಮದ ಭಾಷೆಯೂ ಮಾಧ್ಯಮದ ಭಾಷೆಯೇ ಜನಭಾಷೆಯೂ ಆಗಿರುತ್ತವೆ. ಒಟ್ಟಾರೆ ದೂರದರ್ಶನದ ಸರ್ಕಾರಿ ಮತ್ತು ಖಾಸಗೀ ವಾಹಿನಿಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಯಾಣೀಕರಣಗೊಂಡ ಭಾಷೆಯ ಹಾಗೂ ಆಧುನೀಕರಣಗೊಳ್ಳುತ್ತಿರುವ ಭಾಷೆಯ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಗಮನಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ.

೪. ಚಲನಚಿತ್ರ

ಚಲನಚಿತ್ರಗಳು ಅತ್ಯಂತ ಜನಪ್ರಿಯವಾಗಿರುವ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮ. ಎಲ್ಲಾ ವಯೋಮಾನದವರನ್ನು ಸಮಾಜದ ಎಲ್ಲ ವರ್ಗವನ್ನು ತನ್ನ ತೆಕ್ಕೆಗೆ ಸೆಳೆದುಕೊಂಡಂತಹದ್ದು. ಚಲನಚಿತ್ರ ಪ್ರಸಾರ ಕಡಿಮೆ ಅವಧಿಯದಾದರೂ ಅದರ ಪ್ರಭಾವ ಮಾತ್ರ ಹೆಚ್ಚು. ಚಲನಚಿತ್ರಗಳು ಪ್ರೇಕ್ಷಕನ ಮೇಲೆ, ಸಮಾಜದ ಮೇಲೆ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಮೇಲೆ ಗಮನಾರ್ಹ ಪ್ರಭಾವವನ್ನು ಬೀರುತ್ತವೆ.

ಚಲನಚಿತ್ರವು ೧೮೯೫ರಲ್ಲಿ ಮೊದಲಿಗೆ ಪ್ಯಾರಿಸ್‌ನಲ್ಲಿ ಆರಂಭಗೊಂಡಿತು. ೧೯೧೩ರಲ್ಲಿ ಮೊದಲ ಭಾರತೀಯ ಚಿತ್ರ ತೆರೆಕಂಡಿತು. ಕನ್ನಡದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ೧೯೩೪ರಲ್ಲಿ 'ಸತಿ ಸುಲೋಚನ' ಚಿತ್ರ ರೂಪುಗೊಂಡಿತು. ಹೆಚ್ಚು ಕಾಲದ ಇತಿಹಾಸವನ್ನು ಹೊಂದಿರದ ಚಲನಚಿತ್ರವು ತನ್ನ ಪ್ರಭಾವದಿಂದಲೇ ಹೆಚ್ಚು ಜನಪ್ರಿಯವಾಗಿವೆ. ಚಲನಚಿತ್ರಗಳ ಜನಪ್ರಿಯತೆ ಅವುಗಳ ಭಾಷಾ ಬಳಕೆಯನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿವೆ. ಚಲನಚಿತ್ರ ಮತ್ತು ಭಾಷೆಯ ನಡುವೆ ಅವಿನಾಭಾವ ಪ್ರಬಂಧವಿದೆ.

ಚಲನಚಿತ್ರ ಮತ್ತು ಭಾಷೆಯ ನಡುವಿನ ಸಂಬಂಧ

ಚಲನಚಿತ್ರವು ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖವಾದುದು. ಸಿನಿಮಾ ಎಂಬುದು ಒಂದು ಒಕ್ಕೂಟ ಕಲೆ. ಅನೇಕ ಕಲೆಗಳ ಸಮ ಸಂಯೋಜನೆಯಿಂದ ಸಿನಿಮಾ ಸೃಷ್ಟಿಯಾಗುತ್ತದೆ. ಸಾಹಿತ್ಯ ಸಂಗೀತ, ಚಿತ್ರಕಲೆ, ಅಭಿನಯ, ಛಾಯಾಗ್ರಹಣ, ಸಂಕಲನ ಹೀಗೆ ಅನೇಕ ಕಲಾ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಸೇರಿ ಸಮನ್ವಯಗೊಂಡ ಕಲೆಯಾಗಿದೆ.

ಸಿನಿಮಾ ಎಂಬುದು ಸಮೂಹ ಕಲೆಗಳ ಒಕ್ಕೂಟ ಮಾತ್ರವಲ್ಲದೆ ಸಮೂಹವನ್ನು ತಲುಪುವ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮವಲ್ಲದೆ ಸಮೂಹದ ದುಡಿಮೆಯ ಮೂಲಕ ಸೃಷ್ಟಿಗೊಂಡದ್ದು."[೯] ಎಂದು ಪ್ರೊ. ಬರಗೂರು ರಾಮಚಂದ್ರಪ್ಪನವರು ಹೇಳುತ್ತಾರೆ.

ಚಲನಚಿತ್ರವು ಒಳಗೊಳ್ಳುವ ಸಾಹಿತ್ಯ, ಸಂಭಾಷಣೆ ಮತ್ತು ಶೀರ್ಷಿಕೆಯು ಚಲನಚಿತ್ರದ ಪ್ರಮುಖ ಭಾಷಿಕ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳು. ಇಂದು ಈ ಮೂರು ಪ್ರಮುಖ ಅಂಶಗಳು ಚಲನಚಿತ್ರದ ಭಾಷೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚು ಪ್ರಭಾವಿಸುವ ಪ್ರತಿನಿಧಿಸುವ ಅಂಶಗಳಾಗಿವೆ. ಆದರೆ ಇಲ್ಲಿ ಗಮನಿಸಬೇಕಾದ ಒಂದು ಪ್ರಮುಖ ಅಂಶವೆಂದರೆ ಚಲನಚಿತ್ರ ಮತ್ತು ಭಾಷೆಯ ನಡುವೆ ಅಂತಹ ಅವಿನಾಭಾವವಾದ ಸಂಬಂಧವೇನೂ ಇಲ್ಲವೆಂದು ಕಾಣುತ್ತದೆ. ಕಾರಣ ಚಲನಚಿತ್ರಗಳು ಆರಂಭಗೊಂಡದ್ದು ಭಾಷೆಯ ಅಪ್ರಸ್ತುತತೆಯಲ್ಲಿ ಅಂದರೆ ಮೂಕಿ ಚಿತ್ರಗಳ ಮೂಲಕ.

ಭಾಷೆಯ ಅಗತ್ಯವೇ ಇಲ್ಲದೆ ಆರಂಭಗೊಂಡ ಈ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮ ಇಂದು ಭಾಷೆಯ ಮೂಲಕ ತನ್ನ ಪ್ರಸಾರವನ್ನು ಹೆಚ್ಚು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿಸಿದೆ. ಚಲನಚಿತ್ರ, ಚಲನಚಿತ್ರ ಭಾಷೆಯನ್ನು ಸಮರ್ಥವಾಗಿ ಬಳಸಿಕೊಂಡು ತನ್ನ ಧ್ಯೇಯ - ಉದ್ದೇಶಗಳನ್ನು ತಲುಪಿಸಲು ಸಹಕಾರಿಯಾಗಿದೆ. ಆಧುನಿಕ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಮೂಲಕ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆಯ ಸಾಧ್ಯತೆಯು ಭಿನ್ನವಾಗುತ್ತಾ ಸಿನಿಮಾ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಭಾಷೆಯ ಮೂಲ ಸ್ವರೂಪವನ್ನು ಕೂಡಾ ಬದಲಾಯಿಸಿ ವೈವಿಧ್ಯಮಯವಾಗಿ ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುವಲ್ಲಿ ಸಮರ್ಥವಾಗಿದೆ.

ಮಾತಿಗೆ ಭಾಷಿಕ ಆಕಾರವಿದೆಯೆಂದು ಎಲ್ಲರೂ ಒಪ್ಪುವಂತದ್ದು. ವ್ಯಕ್ತಿ, ಭಾಷೆ ಮತ್ತು ಕಾಲ ದೇಶಗಳು ಸಂಯೋಜಿತವಾಗುವುದು ಎಲ್ಲಾ 'ಮಾತು'ಗಳ ಲಕ್ಷಣ. ಮಾತು ಏನು, ಆಡಿದವರು ಯಾರು, ಯಾವಾಗ ಎಂಬ ಮೂರು ಅಂಶಗಳು ಮಾತಿನ ಅಧಿಕೃತತೆಯನ್ನು ಸ್ಪಷ್ಟಪಡಿಸುತ್ತದೆ. ಆದರೆ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಬೆಳವಣಿಗೆ ಈ ಸಾಧ್ಯತೆಯನ್ನು ತಳ್ಳಿ ಹಾಕುತ್ತದೆ. ಚಲನಚಿತ್ರದಲ್ಲಿ ಈ ಭಾಷಿಕ ಸಂಗತಿಗಳ ವಿಘಟನೆಯನ್ನು ನಾವು ಕಾಣಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಸಿನಿಮಾ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದಿಂದಾಗಿ, ಚಲನಚಿತ್ರವೊಂದರಲ್ಲಿ ವ್ಯಕ್ತಿ ಮಾತನಾಡುತ್ತಿದ್ದಾನೆಂದು ನೋಡಿದರೆ, ಆ ಪಾತ್ರ ಆ ಮಾತಿಗೆ ಆಂಗಿಕ ಅಭಿನಯ ನೀಡಿದ್ದಕ್ಕೂ, ವಾಸ್ತವವಾಗಿ ಆ ಮಾತಿನ ಉಚ್ಚರಿಸಿದ ಕಾಲಕ್ಕೂ ಸಾಕಷ್ಟು ಕಾಲದ ಅಂತರವಿರುತ್ತದೆ. ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ಆಂಗಿಕ ಅಭಿನಯ ನೀಡಿದ ವ್ಯಕ್ತಿಗೂ ಆ ಅಭಿನಯಕ್ಕೆ ಧ್ವನಿ ನೀಡಿದ ವ್ಯಕ್ತಿಗೂ ಸಂಬಂಧವೇ ಇರುವುದಿಲ್ಲ. ಅಲ್ಲದೆ ಬಹುತೇಕ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ಅವರು ಬೇರೆ ಬೇರೆಯಾಗಿರುತ್ತಾರೆ. ಇಂದು ತಂತ್ರಜ್ಞಾನವು ಚಲನಚಿತ್ರದ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆಯನ್ನು ನಿಯಂತ್ರಿಸುತ್ತಿರುತ್ತದೆ.

ಚಲನಚಿತ್ರದ ಆರಂಭದ ಹಂತವನ್ನು ಗಮನಿಸಿದರೆ ರಂಗಭೂಮಿಯ ಗಾಢ ಪ್ರಭಾವವು ಅವುಗಳ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆಯ ಹಿಂದೆ ಕಾಣುತ್ತದೆ. ಪ್ರಮಾಣಿತ ರೂಪದಲ್ಲಿ ಭಾಷೆಯು ಬಳಕೆಯಾಗುತ್ತಾ ಇತ್ತು. ಕನ್ನಡದ ಆಡುನುಡಿಗೆ ಆ ಭಾಷೆಯು ಹತ್ತಿರವಾಗಿರಲಿಲ್ಲ. ಆರಂಭದಲ್ಲಿ ಕನ್ನಡ ಚಿತ್ರಗಳು ಪೌರಾಣಿಕ, ಐತಿಹಾಸಿಕ ಮತ್ತು ಜಾನಪದ ವಸ್ತುವನ್ನಾಧರಿಸಿದ ಕಥೆಗಳನ್ನು ಆರಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದ ಕಾರಣ ಅವುಗಳ ಕಥಾ ಸ್ವರೂಪಕ್ಕೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಭಾಷೆಯು ಇರುತ್ತಿತ್ತು. ಮುಂದೆ ಕನ್ನಡ ಚಿತ್ರರಂಗ ಸಾಮಾಜಿಕ ಕಥಾ ವಸ್ತುಗಳಿಗೆ ಕಾಲಿರಿಸಿದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿಯೂ ಭಾಷೆ ಮತ್ತು ಅದರ ಶೈಲಿ ಕೃತಕವಾಗಿಯೇ ಉಳಿದಿತ್ತು.

ಆದರೆ ತಾಂತ್ರಿಕತೆಯು ಚಿತ್ರರಂಗಕ್ಕೆ ಕಾಲಿಟ್ಟ ನಂತರ ಕಥಾಲೋಕದ ಜೊತೆಗೇ ಭಾಷೆಯೂ ಬದಲಾಗತೊಡಗಿತು. ವೈಭವ ಮತ್ತು ಅತಿಭ್ರಾಮಕತೆ ಹೆಚ್ಚಿದಂತೆಲ್ಲಾ ಭಾಷೆಯೂ ಕೂಡಾ ಶೈಲೀಕೃತವಾಗಿದ್ದುದು ದಿನದ ಮಾತಿನ ರೂಪಕ್ಕೆ ಬಳಕೆಯಾಗತೊಡಗಿತು. ಮಾತಿನ ವರಸೆಗಳು ಸಂದರ್ಭದ ಅಗತ್ಯಕ್ಕೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಬಳಕೆಯಾಗತೊಡಗಿದವು.

ಚಲನಚಿತ್ರದ ಭಾಷೆಯನ್ನು ಗಮನಿಸಿದರೆ ಭಾಷೆಯು ತುಂಬಾ ಮೇಲ್‌ಸ್ತರದಲ್ಲಿ ಮಾತ್ರ ಬಳಕೆಯಾಗುತ್ತದೆ. ಭಾಷೆಯ ಧ್ವನಿ ಅದರ ಅರ್ಥ ವಿಸ್ತಾರದ ವ್ಯಾಪಕತೆಯ ಅಗತ್ಯ ಗೌಣವಾಗುತ್ತದೆ. ಕೇವಲ ಪದಶಃ ಅರ್ಥ ಮತ್ತು ಅತಿ ಭ್ರಾಮಕತೆ, ವಿಜೃಂಭಿಸುವ ಭಾಷಾ ಬಳಕೆ ಮತ್ತು 'ಪಂಚ್'ಗಳ ಬಳಕೆ ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ. ಸಿನಿಮಾದ ಕಥಾವಸ್ತುವಿಗೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಭಾಷೆ ಬಳಕೆಯಿರುತ್ತದೆ. ಈ ಅಧ್ಯಯನದಲ್ಲಿ ಚಲನಚಿತ್ರಗಳು ಒಳಗೊಳ್ಳುವ ಶೀರ್ಷಿಕೆ - ಅವುಗಳ ಉಪ ಶೀರ್ಷಿಕೆ (Tagline) ಮತ್ತು ಹಾಡುಗಳನ್ನು ಕುರಿತು ಅವುಗಳ ಭಾಷಾ ಬಳಕೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ ನಡೆಸಲಾಗಿದೆ.

ಶೀರ್ಷಿಕೆಗಳು

ಚಲನಚಿತ್ರವು ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮವಾಗಿರುವ ಕಾರಣ ಸಮೂಹವನ್ನು ಆಕರ್ಷಿಸುವಲ್ಲಿ ಅತ್ಯಂತ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾದ ಸಾಧನವೆಂದರೆ ಚಲನಚಿತ್ರಗಳ ಶೀರ್ಷಿಕೆ. ಶೀರ್ಷಿಕೆಗಳು ಚಲನಚಿತ್ರದಲ್ಲಿ ಮಹತ್ವದ ಪಾತ್ರವನ್ನು ವಹಿಸುತ್ತವೆ. ಶೀರ್ಷಿಕೆಗಳೇ ಚಿತ್ರದ ಇಡೀ ಕಥಾ ಸಾರಾಂಶವನ್ನು ಪ್ರತಿನಿಧಿಸುವಂತಿದ್ದು ಪ್ರೇಕ್ಷಕನಿಗೆ ಕಥಾ ಹಂದರದ ಊಹೆಗೆ ಅವಕಾಶ ನೀಡುವುದಲ್ಲದೆ ವೀಕ್ಷಣೆಗೆ ಪ್ರಚೋದನೆಯನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ.

ಕನ್ನಡ ಚಿತ್ರರಂಗವು ಮೊದಲು ಐತಿಹಾಸಿಕ, ಪೌರಾಣಿಕ, ಜಾನಪದ ಕಥಾವಸ್ತುವನ್ನಾಧರಿಸಿದ ಕಾರಣ ಶೀರ್ಷಿಕೆಯೂ ಕೂಡಾ ಅದಕ್ಕೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿಯೇ ಇರುತ್ತಿತ್ತು. ಉದಾ : 'ಜಗದೇಕವೀರ', 'ಭಕ್ತಚೇತ', 'ಭಕ್ತ ಜ್ಞಾನ ದೇವ', 'ಭಕ್ತ ಕನಕದಾಸ', 'ಸತ್ಯ ಹರಿಶ್ಚಂದ್ರ', 'ಶ್ರೀಕೃಷ್ಣ ದೇವರಾಯ', 'ಮಯೂರ', 'ವೀರ ಕೇಸರಿ', 'ಮಂಕುತಿಮ್ಮ', 'ಧರಣಿ ಮಂಡಲ ಮಧ್ಯದೊಳಗೆ' ಮುಂತಾದ ಚಲನಚಿತ್ರಗಳು ಕಥಾವಸ್ತುವಿಗೆ ತಕ್ಕಂತಹ ಶೀರ್ಷಿಕೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತಿದ್ದವು.

ನಂತರ ಬಂದಂತಹ ಸಾಮಾಜಿಕ ವಸ್ತುವನ್ನು, ಕೌಟುಂಬಿಕ ವಸ್ತುವನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಂತಹ ಚಿತ್ರಗಳ ಶೀರ್ಷಿಕೆಗಳು ಕನ್ನಡಿಗರ ಮನಮುಟ್ಟುವಂತೆ ಇದ್ದವು. ಉದಾ : 'ಕಸ್ತೂರಿ ನಿವಾಸ', 'ಸಂಸಾರ ನೌಕೆ', 'ಒಂದೇ ಬಳ್ಳಿಯ ಹೂಗಳು', 'ಅಣ್ಣ ತಂಗಿ', 'ಬಂಗಾರದ ಮನುಷ್ಯ', 'ಬಂಗಾರದ ಪಂಜರ', 'ಹುಲಿ ಹಾಲಿನ ಮೇವು', 'ಅಮ್ಮ', ಮೊದಲಾದ ಶೀರ್ಷಿಕೆಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡ ಚಿತ್ರಗಳು ಕುಟುಂಬ, ಅದಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಪದಗಳನ್ನೇ ಆಯ್ದು ಶೀರ್ಷಿಕೆ ರೂಪಿಸಲಾಗಿತ್ತು.

ಕನ್ನಡ ಚಿತ್ರರಂಗ ಬೆಳೆದಂತೆ ಕನ್ನಡ ನಾಡಿನ ಮೇಲೆ ಆದಂತಹ ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ಭಾಷೆಯ ಪ್ರಭಾವವು ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ಚಲನಚಿತ್ರ ಮತ್ತು ಅವುಗಳ ಶೀರ್ಷಿಕೆಯ ಮೇಲೂ ಉಂಟಾಗಿ ನುಡಿ ಬೆರಕೆಯ ಲಕ್ಷಣಗಳು ಚಲನಚಿತ್ರಗಳ ಶೀರ್ಷಿಕೆಯಲ್ಲೂ ಕಂಡು ಬರಲಾರಂಭಿಸಿದವು.

ಉದಾ : 'ಕುಳ್ಳ ಏಜೆಂಟ್ 000', 'ಆಪರೇಷನ್ ಅಂತ', 'ಲವ್ ಮಾಡಿ ನೋಡು', 'ಪೋಲಿಸನ ಹೆಂಡತಿ' ಮೊದಲಾದವು.

ನುಡಿ ಬೆರಕೆಯ ರೂಪದಲ್ಲಿ ಕಂಡುಬಂದ ಮತ್ತೊಂದು ಮಾದರಿಯೆಂದರೆ ಕನ್ನಡ ಶೀರ್ಷಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ಸಂಕ್ಷೇಪಗಳ ಬಳಕೆ. ಇದೂ ಕೂಡಾ ಚಿತ್ರಗಳ ಶೀರ್ಷಿಕೆಯಲ್ಲಿ ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ಕಂಡು ಬಂದದ್ದನ್ನು ನಾವು ಕಾಣಬಹುದು.

ಉದಾ : 'CBI ಶಂಕರ್', 'ಎಸ್.ಪಿ. ಸಾಂಗ್ಲಿಯಾನ', 'ಸಿ.ಐ.ಡಿ. ರಾಜಣ್ಣ', 'ಎಸ್.ಪಿ. ಭಾರ್ಗವಿ', 'ರೌಡಿ ಎಂ.ಎಲ್.ಎ.', 'ರಂಗ ಎಸ್.ಎಸ್.ಎಲ್.ಸಿ.', 'ಉಪ್ಪಿದಾದ ಎಂ.ಬಿ.ಬಿ.ಎಸ್.', 'ಪಿ.ಯು.ಸಿ.', ಇತ್ಯಾದಿ.

ಕಳೆದ ದಶಕಗಳಿಂದ ಚಲನಚಿತ್ರಗಳ ಶೀರ್ಷಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಕಂಡುಬರುತ್ತಿರುವ ಮತ್ತೊಂದು ಗಮನಾರ್ಹ ವಿಷಯವೆಂದರೆ ಅಡಿಶೀರ್ಷಿಕೆ ಅಥವಾ ಟ್ಯಾಗ್‌ಲೈನ್‌ಗಳನ್ನು ನೀಡುವುದು. ಇಂದು ಚಲನಚಿತ್ರದ ಕಥಾವಸ್ತುವಿಗೂ ಅದು ಒಳಗೊಂಡಿರುವ ಶೀರ್ಷಿಕೆಗೂ ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ಯಾವ ಸಂಬಂಧವೂ ಇಲ್ಲವಾಗುವ ಕಾರಣ ಶೀರ್ಷಿಕೆಗೇ ವಿವರಣೆ ನೀಡುವ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಟ್ಯಾಗ್ ಲೈನ್‌ಗಳು ಬಳಕೆಯಾಗುತ್ತವೆ. ಟ್ಯಾಗ್‌ಲೈನ್‌ಗಳು ಶೀರ್ಷಿಕೆ ಮತ್ತು ಚಲನಚಿತ್ರದ ಕಥಾವಸ್ತುವನ್ನು ಸೂಕ್ಷ್ಮವಾಗಿ ವಿವರಿಸುವಂತಿರುತ್ತವೆ.

ಉದಾ :

* **ಹೋಳಿ -**

  ಮೊಗ್ಗಿನ ಮನದಲ್ಲಿ ಚೆಲ್ಲಿದ ಬಣ್ಣ.
* **ತಬ್ಬಲಿ -**

  ಇವರಿಗೆ ಹೇಳೋರ್‍ಯಾರು ಜೋಜೋ
* **ಗ್ರಂಥ -**

  ಬರಹವಲ್ಲ ಬದುಕು
* **ಪ್ರೀತಿಯ ತೇರು -**

  ಹೊರಟ್ರೆ ಜಾತ್ರೆ ನಿಂತ್ರೆ ಚರಿತ್ರೆ.

ಟ್ಯಾಗ್‌ಲೈನ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಕನ್ನಡದ ಶೀರ್ಷಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಬೇರೆ ಭಾಷೆಗಳ ಪ್ರಭಾವವು ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಕಂಡು ಬರುತ್ತಲಿದೆ. ಅವರಲ್ಲೂ ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ಭಾಷೆಯ ಪ್ರಭಾವ ಮತ್ತು ಹಿಂದಿ ಭಾಷೆಯ ಪ್ರಭಾವವನ್ನು ಕಾಣಬಹುದಾಗಿದೆ. ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ಇಡೀ ಟ್ಯಾಗ್ ಲೈನ್‌ಗಳು ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ಮಯವಾಗಿರುವುದನ್ನು ನಾವು ಕಾಣಬಹುವಾಗಿದೆ.

ಉದಾ :

* ಮರೆಯುವ ಮುನ್ನ - Just before U forget
* ಯೋಧ - Born to fight

* ಉಲ್ಲಾಸ ಉತ್ಸಾಹ - The Rain of Joy
* ಶಭಾಷ್ - He don't Care
* ಇನಿಯ - The Lover
* ಸಂಚಾರಿ - A criminal story
* ಪರಿಚಯ - Tell me something about U
* ರಾಜ್ - The show man

ಶೀರ್ಷಿಕೆ ಮತ್ತು ಅಡಿ ಶೀರ್ಷಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ - ಟ್ಯಾಗ್‌ಲೈನ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಹಿಂದಿ ಭಾಷೆಯ ಪ್ರಭಾವವನ್ನು ಕಾಣಬಹುದಾಗಿದೆ.

* ಮುಂಗಾರು ಮಳೆ - ಹನಿ ಹನಿ ಪ್ರೇಮ್ ಕಹಾನಿ
* ಪರಮಾತ್ಮ - ಪಾಗಲ್ ಪ್ರೇಮ ರೋಗಿ
* ಪ್ರೇಮ್ ಕಹಾನಿ - ಪಕ್ಕಾ ಲವ್ ಸ್ಟೋರಿ

ಈ ಪ್ರೇಮ್‌ಕಹಾನಿ ಚಿತ್ರದಲ್ಲಿ ಎಲ್ಲಿ ಅಂತರ ನೀಡಿ ಓದುತ್ತೇವೆ ಎಂಬುದರ ಮೇಲೆ ಶೀರ್ಷಿಕೆ ಅರ್ಥ ಅಡಗಿರುವಂತಿದೆ. ಪ್ರೇಮ್ ಕಹಾನಿ ಎಂದಾಗ ಅಲ್ಲಿ ಪ್ರೀತಿಯ ಕಥೆ ಎಂದೂ 'ಪ್ರೇಮ್ ಕ ಹಾನಿ' ಎಂದಾಗ ಪ್ರೀತಿಯಿಂದ ಆಗುವ ತೊಂದರೆ ಎಂದೂ ಅರ್ಥೈಸಿಕೊಳ್ಳಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಚಲನಚಿತ್ರದಲ್ಲಿ ಭಾಷೆಯ ಬರಹದ ಮಾದರಿಯನ್ನು ವೈವಿಧ್ಯಮಯವಾಗಿ ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುವುದನ್ನು ಕಾಣಬಹುದಾಗಿವೆ. ವೈವಿಧ್ಯಮಯವಾಗಿ ರೂಪಿಸಿ ಹೆಚ್ಚು ಆಕರ್ಷಕಗೊಳಿಸುವುದನ್ನು ನಾವು ಕಾಣಬಹುದು. ಪದಗಳ ಜಾಗದಲ್ಲಿ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು - ಕನ್ನಡದ ಧ್ವನಿ ಬಳಕೆಯಾಗುವಲ್ಲಿ ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ಅಕ್ಷರ ಬಳಸಿ ಆಕರ್ಷಕಗೊಳಿಸವುಂಟು.

ಉದಾ : 3ಖ (ಮೂರ್ಖ)

ದುOBEE (ದುಂಬಿ)

3 ಗುಟ್ಟು (ಮೂರು ಗುಟ್ಟು)

BOದು (ಬಿಂದು)

ಇಂತಹ ಅನೇಕ ಉದಾಹರಣೆಗಳು ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆ ಮತ್ತು ಅದರ ಬರಹದ ಮೇಲೆ ಚಲನಚಿತ್ರದಿಂದ ಉಂಟಾಗುತ್ತಿರುವ ಪರಿಣಾಮಗಳಾಗಿವೆ. ಈ ರೀತಿಯ ವೈವಿಧ್ಯಮಯವಾದ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಆಕರ್ಷಕ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಭಾಷೆಯನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿರುವುದು ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯು ಎದುರಿಸುತ್ತಿರುವಂತಹ ಸವಾಲುಗಳಲ್ಲಿ, ಆತಂಕಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖವಾಗಿದೆ.

ಚಲನಚಿತ್ರ ಗೀತೆಗಳು

ಚಲನಚಿತ್ರವು ಭಾಷೆಯನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿರುವ ಮತ್ತೊಂದು ಮುಖ್ಯ ಆಯಾಮವೆಂದರೆ ಚಲನಚಿತ್ರ ಗೀತೆಗಳು. ಚಲನಚಿತ್ರ ಗೀತೆಗಳು ಭಾರತೀಯ ಚಿತ್ರರಂಗದ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯ ಕೂಡಾ. ಈಗಾಗಲೇ ತಿಳಿಸಿರುವಂತೆ ಚಲನಚಿತ್ರವು ರಂಗಭೂಮಿಯ ಮುಂದುವರಿಕೆ. ಹಾಗಾಗಿ ರಂಗಭೂಮಿಯಲ್ಲಿಯೂ ಮಧ್ಯೆ ಮಧ್ಯೆ ಪ್ರದರ್ಶಿತವಾಗುತ್ತಿದ್ದ ಗೀತೆಗಳು ಮುಂದುವರಿಕೆಯ ಸ್ವರೂಪವಾಗಿ ಚಲನಚಿತ್ರಗಳಲ್ಲಿಯೂ ಸಹಾ ಕಾಣಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿವೆ. ಕನ್ನಡ ಚಲನಚಿತ್ರರಂಗದಲ್ಲಿ ಇದುವರೆಗೂ ಸರಿ ಸುಮಾರು ಹದಿನೈದು ಸಾವಿರಕ್ಕೂ ಹೆಚ್ಚಿನ ಹಾಡುಗಳಿವೆ. ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಚಿತ್ರದಲ್ಲಿ ಮೂರರಿಂದ ನಾಲ್ಕು ಹಾಡುಗಳಿರುತ್ತವೆ. ಚಲನಚಿತ್ರರಂಗದ ಆಚೆಗೆ ರಚನೆಯಾಗುತ್ತಿರುವ ಗೀತೆ - ಕವನಗಳಿಗೆ ಹೋಲಿಸಿದರೆ ಇವುಗಳ ಸಂಖ್ಯೆಯೇನೂ ಕಡಿಮೆಯಿಲ್ಲ. ಅಲ್ಲದೆ ಅವುಗಳ ಪ್ರಸಾರ ಮತ್ತು ಜನಪ್ರಿಯತೆ ಕೂಡಾ ಹೆಚ್ಚಾದುದೇ. ಇತರ ಎರಡು ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಾದ ರೇಡಿಯೋ ಮತ್ತು ದೂರದರ್ಶನ ಇದಕ್ಕೆ ವ್ಯಾಪಕವಾದ ಪ್ರಸಾರವನ್ನು ನೀಡುತ್ತಿವೆ.

ಚಲನಚಿತ್ರ ಗೀತೆಗಳು - ಚಿತ್ರದಲ್ಲಿ ಮಹತ್ವದ ಪಾತ್ರವನ್ನು ವಹಿಸುತ್ತವೆ. ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕವಾಗಿಯೂ ಗೀತೆಗಳಿಗೆ ಮಹತ್ವದ ಸ್ಥಾನವಿದೆ. ಹಾಡುಗಳು ಚಿತ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಮಹತ್ವದ ಕಾರ್ಯವನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತವೆ. ನಿರೂಪಣೆಯ ಲಯಗಳನ್ನು ವಿಸ್ತರಿಸಿ ವೈವಿಧ್ಯತೆಯನ್ನು ಉಂಟುಮಾಡುತ್ತವೆ. ಕತೆಯನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸಲು, ಸಂಪರ್ಕ ನೀಡಲು, ಪಾತ್ರಗಳ ಮನಸ್ಥಿತಿಯನ್ನು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಲು, ಕನಸಿನ ಭ್ರಾಮಕ ಸ್ಥಿತಿಯನ್ನು ವಿವರಿಸಲು, ನಾಟಕೀಯಗೊಳಿಸಲು ಹೀಗೆ ಅನೇಕ ಉದ್ದೇಶಗಳಿಗಾಗಿ ಚಲನಚಿತ್ರ ಗೀತೆಗಳನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಗೀತೆಗಳು ಸಿನಿಮಾದಲ್ಲಿ ಬಳಕೆಯಾಗುವಾಗ ಹಾಡು - ನಿರೂಪಣೆ - ಕುಣಿತ ಮತ್ತು ಅಭಿನಯ, ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಿಗಳೆಲ್ಲವನ್ನೂ ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ. ಒಂದರೊಂದಿಗೆ ಒಂದು ಸೇರಿಕೊಂಡಿರುತ್ತವೆ. ಚಲನಚಿತ್ರದಲ್ಲಿ ಕಾಣಿಸಿಕೊಂಡ ಪ್ರಾರಂಭಿಕ ಹಾಡುಗಳು ಅವುಗಳ ಸಂಭಾಷಣೆಯ ರೀತಿಯಲ್ಲಿಯೇ ಶೈಲೀಕರಣಗೊಂಡು ನಾದದೊಂದಿಗೆ ಪ್ರಸಾರಗೊಳ್ಳುತ್ತಿತ್ತು. ರಂಗಭೂಮಿಯ ಪ್ರಭಾವವಿದ್ದ ಕಾರಣ ಗೀತೆಗಳೂ ರಂಗಭೂಮಿಯ ಹಾಡಿನಂತೆಯೇ ಪ್ರಸಾರವಾಗುತ್ತಿದ್ದವು. ಚಿತ್ರಗಳ ವಸ್ತು, ಭಾಷೆ ಬದಲಾದ ಹಾಗೆಯೇ ಚಲನಚಿತ್ರ ಗೀತೆಗಳ ಭಾಷೆಯ ಸ್ವರೂಪವೂ ಕೂಡಾ ಬದಲಾಗಲಾರಂಭಿಸಿತು.

ಇಂದು ಚಲನಚಿತ್ರ ಗೀತೆಗಳು ಸ್ವತಂತ್ರ ಘಟಕಗಳಾಗಿವೆ. ಚಿತ್ರದ ಲಯಕ್ಕೂ, ಹಾಡುಗಳಿಗೂ ನೇರ ಸಂಬಂಧವಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಅವುಗಳು ಇಲ್ಲದಿದ್ದರೂ ಕಥೆಗೆ ಯಾವುದೇ ಅಪೂರ್ಣತೆ ಒದಗುವುದಿಲ್ಲ. ಅವುಗಳನ್ನು ಬೇಕೆಂದಾಗ ಸೇರಿಸಬಹುದು, ತೆಗೆಯಬಹುದು. ಇಂದಿನ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಹಾಡುಗಳು ಹೆಚ್ಚು ಅಲಂಕಾರಿಕ ಅಂಶಗಳಾಗಿ ಚಲನಚಿತ್ರಗಳೊಂದಿಗೆ ಸೇರಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿವೆ. ಅಲ್ಲದೆ ಇಂದಿನ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನವು ಚಲನಚಿತ್ರದ ಹಾಡುಗಳ ಭಾಷಾ ಬಳಕೆಯ ಮೇಲೆ ಮಹತ್ವದ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರಿದೆ.

ಹಿಂದೆ ಚಲನಚಿತ್ರ ತಯಾರಿಸುವಾಗ ಹಾಡುಗಳ ಬಳಕೆ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಹಾಡುವಾಗ ಮಧ್ಯದಲ್ಲಿ ಒಂದು ತಪ್ಪಾದರೆ ಇಡೀ ಹಾಡನ್ನು ಮತ್ತೆ ಮೊದಲಿನಿಂದ ಹಾಡಬೇಕಾಗುತ್ತಿತ್ತು. ಆದರೆ ಇಂದು ತಪ್ಪಾದ ಸಾಲು ಅಂಶವನ್ನು ಮಾತ್ರವೇ ಸರಿಪಡಿಸಿ ಹಾಡುವ ಸೌಲಭ್ಯವಿದೆ. ಅಲ್ಲದೆ, ಹಾಡುವವರೇ ಬೇರೆ ಅದನ್ನು ಚಿತ್ರದಲ್ಲಿ ಅಭಿನಯಿಸಿ

ತೋರುವವರೇ ಬೇರೆ ಹಾಗೂ ಹಾಡಿದ ಕಾಲಕ್ಕೂ ಅದು ಅಭಿನಯವಾಗಿ ರೂಪುಗೊಂಡ ಕಾಲಕ್ಕೂ ಸಾಕಷ್ಟು ಅಂತರವಿರುತ್ತದೆ.

ಇಂದು ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಪ್ರಭಾವದಿಂದ ಸಿನಿಮಾದ ಗೀತೆಗಳಿಗೆ ವಿಶೇಷ ಮಹತ್ವವೇ ಇವೆ. ಗೀತೆಗಳನ್ನು ಪ್ರತ್ಯೇಕವಾಗಿ ಕ್ಯಾಸೆಟ್, ಸಿ.ಡಿ., ಎಫ್.ಎಂ. ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳಲ್ಲಿ, ಮೊಬೈಲ್‌ಗಳಲ್ಲಿ, ಕಂಪ್ಯೂಟರ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ವಿವಿಧ ಮೂಲಗಳಲ್ಲಿಯೂ ಕೇಳಲು ಸಾಧ್ಯವಿರುವ ಕಾರಣ ಚಲನಚಿತ್ರ ಗೀತೆಗಳ ಜನಪ್ರಿಯತೆ ದಿನೇದಿನೇ ವಿಸ್ತಾರವಾಗುತ್ತಿದೆ.

ಚಲನಚಿತ್ರದ ಹಾಡುಗಳನ್ನು ಗಮನಿಸಿದರೆ ಸಾಹಿತ್ಯದಲ್ಲಿ ಇರುವಂತೆ ಗಂಭೀರವಾದ ವಿಚಾರ, ಚಿಂತನೆ, ಧ್ವನಿಗಳಾಗಲೀ ಗೀತೆಗಳಲ್ಲಿ ಇರುವಂತೆ ಕಾಣುವುದಿಲ್ಲ. ಭಾಷೆ ಮತ್ತು ಅದರ ಅರ್ಥವು ತುಂಬ ಮೇಲ್ ಪದರ / ಮೇಲ್ ಸ್ತರದಲ್ಲಿ ಮಾತ್ರವೇ ಕೆಲಸ ಮಾಡುತ್ತಿರುತ್ತದೆ. ಕನ್ನಡ ಸಾಹಿತ್ಯದ ಅನೇಕ ಕವಿತೆಗಳೂ ಸಿನಿಮಾದಲ್ಲಿ ಸೇರಿವೆ. ಅಲ್ಲೂ ಕೂಡಾ ಕವಿತೆಗಳು ತಮ್ಮ ಧ್ವನಿ - ಆಳ - ವಿಸ್ತಾರ ಅರ್ಥವನ್ನು ಕಳೆದುಕೊಂಡು ತುಂಬು ಮೇಲ್‌ಸ್ತರದಲ್ಲಿ ಕೇವಲ ಅದರ ಪದಶಃ ಅರ್ಥದೊಂದಿಗೆ ಮಾತ್ರವೇ ಬಳಕೆಯಾಗಿರುವುದನ್ನು ನಾವು ಕಾಣಬಹುದು. ಉದಾಹರಣೆಗೆ : 'ಪ್ರೇಮತರಂಗ' ಚಲನಚಿತ್ರದಲ್ಲಿ ದ.ರಾ. ಬೇಂದ್ರೆಯವರು ಬರೆದಿರುವ 'ನೀ ಹಿಂಗೆ ನೋಡಬೇಡ ನನ್ನ' ಎಂಬ ಕವಿತೆಯನ್ನು ಆರಿಸಿಕೊಂಡು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ. ಆದರೆ ಇಲ್ಲಿ ಮಗುವನ್ನು ಕಳೆದುಕೊಂಡ ತಾಯಿಯ ದುಃಖದ ತೀವ್ರತೆಯನ್ನು ಅಳಲನ್ನು ತುಂಬಿದ ಕಣ್ಣುಗಳನ್ನು ಎದುರಿಸಲಾಗದೇ ಹುಟ್ಟಿದ ಈ ಕವಿತೆಯು ಈ ಚಿತ್ರದಲ್ಲಿ ಪದಶಃ ಅರ್ಥಕ್ಕೆ ಸೀಮಿತವಾಗಿ 'ಪ್ರೇಮಗೀತೆ'ಯಾಗಿ ಬಳಕೆಯಾಗಿರುವುದು ಗಮನಾರ್ಹ.

ಅನೇಕ ಪ್ರಸಿದ್ಧ ಕವಿಗಳ ಕವನಗಳು ಚಲನಚಿತ್ರ ಗೀತೆಗಳಾಗಿವೆ. ಕುವೆಂಪು, ಗೋವಿಂದ ಪೈ, ಕೆ.ಎಸ್. ನರಸಿಂಹಸ್ವಾಮಿ, ಗೋಪಾಲಕೃಷ್ಣ ಅಡಿಗರು, ಮೊದಲಾದವರ ಗೀತೆಗಳು ಪ್ರಮುಖವಾಗಿವೆ. ಅಲ್ಲದೆ ಚಲನಚಿತ್ರಕ್ಕೆಂದೇ ಗೀತೆಗಳನ್ನು ರಚಿಸಿರುವವರನ್ನು ನಾವು ಕಾಣಬಹುದು. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಚಿ. ಸದಾಶಿವಯ್ಯ, ಚಿ. ಉದಯಶಂಕರ್, ಆರ್.ಎನ್. ಜಯಗೋಪಾಲ್, ಹಂಸಲೇಖ, ಮನೋಹರ್, ವಿಜಯನಾರಸಿಂಹ, ಜಯಂತ್ ಕಾಯ್ಕಿಣಿ ಮುಂತಾದವರು ಗಮನೀಯವಾದ ರಚನೆಗಳನ್ನು ಕನ್ನಡ ಚಿತ್ರರಂಗಕ್ಕೆ ನೀಡಿ ಗೀತೆಗಳೊಂದಿಗೆ ಅವರೂ ಜನಪ್ರಿಯರಾಗಿದ್ದಾರೆ.

ಚಲನಚಿತ್ರಗಳ ಹಾಡಿನ ಬಳಕೆಯನ್ನು ಕುರಿತು ಮಾತನಾಡುತ್ತಾ ಪ್ರೊ. ಬರಗೂರು ರಾಮಚಂದ್ರಪ್ಪನವರು ಈ ರೀತಿ ಹೇಳುತ್ತಾರೆ. "ಕವಿಯ ಸ್ವತಂತ್ರ ಕವಿತೆಯನ್ನಾಗಲೀ, ಸಿನಿಮಾಕ್ಕೆ ಬರೆದ ಗೀತೆಯನ್ನಾಗಲೀ ಚಿತ್ರವೊಂದಕ್ಕೆ ಅಳವಡಿಸುವಾಗ ಇವುಗಳು ತಂತಮ್ಮ ಸ್ವತಂತ್ರ ಅಸ್ತಿತ್ವವನ್ನು ಕಳೆದುಕೊಳ್ಳುವುದುಂಟು. ಅಪರೂಪಕ್ಕೊಮ್ಮೆ ಕವಿತೆಯ ಸಂದರ್ಭ ಮತ್ತು ಸಿನಿಮಾ ಸನ್ನಿವೇಶದ ಸಂದರ್ಭಗಳ ಹೊಂದಾಣಿಕೆಯಾಗಿ ಕವಿತೆಯ ಸ್ವತಂತ್ರ ಅಸ್ತಿತ್ವಕ್ಕೆ ಧಕ್ಕೆಯಾಗದೆ ಮೂಲ ಅರ್ಥಶಕ್ತಿ ಉಳಿಯಬಹುದು. ಆದರೆ ಬಹಳಷ್ಟು ಸಾರಿ ಸನ್ನಿವೇಶವೊಂದರ ಅಗತ್ಯಕ್ಕಾಗಿ ಕವಿತೆಗಳು ಬಳಕೆಯಾಗುತ್ತವೆ. ಆಯಾ ಸನ್ನಿವೇಶಕ್ಕಾಗಿ ದುಡಿಯುತ್ತವೆ. ಹೀಗಾಗಿ ಮೂಲ ಅರ್ಥ ಉಳಿಯದೆ ಇರಬಹುದು. ವ್ಯತ್ಯಾಸವಾಗಬಹುದು. ಮೇಲ್ಪದರದಲ್ಲಿ ಹೊಂದಾಣಿಕೆಯಾಗಬಹುದು. ಇವೆಲ್ಲಾ ಆಯಾ ಸನ್ನಿವೇಶದ ಸಾಪೇಕ್ಷ ನೆಲೆಯಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಸಿನಿಮಾಕ್ಕಾಗಿಯೇ ಗೀತರಚನೆ ಮಾಡಿದಾಗ ಸ್ವತಂತ್ರ ಅಸ್ತಿತ್ವದ

ಪ್ರಶ್ನೆಯೇ ಅಪ್ರಸ್ತುತವಾಗಬಹುದು. ಯಾಕೆಂದರೆ ಅದು ಆಯಾ ಸನ್ನಿವೇಶಕ್ಕಾಗಿಯೇ ರಚಿತವಾಗಿ ಅದರೊಂದಿಗೆ ಸೇರುತ್ತಾ ಹೋಗಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ"[೧೦] ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಡುತ್ತಾರೆ.

ಇಲ್ಲಿ ಒಟ್ಟಾರೆ ಈ ಅಭಿಪ್ರಾಯದಿಂದ ಚಲನಚಿತ್ರ ಗೀತೆಗಳು ಆಯಾ ಸನ್ನಿವೇಶಕ್ಕೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಅರ್ಥಸ್ಫುರಿಸಲು ಸಹಾಯಕವಾಗಿರುತ್ತವೆಯೇ ವಿನಃ ಅವುಗಳಲ್ಲಿ ಭಾಷಾ ರಚನೆಯ ಒಳಾರ್ಥಗಳಾಗಲೀ, ಧ್ವನಿಯನ್ನಾಗಲೀ ಧ್ವನಿಸುವುದಿಲ್ಲ. ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆಯ ತುಂಬ ಮೇಲ್ಪದರದ ರಚನೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದು ಕೇಳಲು ಹಿತವಾಗಿರುವಂತೆ - ಪ್ರಾಸಬದ್ಧವಾಗಿ ಕೇಳುಗ ವಲಯವನ್ನೇ ಉದ್ದೇಶಿಸಿ ಅವರ ಅಭಿರುಚಿ, ಆಸಕ್ತಿ, ಅಪೇಕ್ಷೆಗಳಿಗೆ ಮತ್ತು ಹೊಸ ತಲೆಮಾರಿನ ಯುವ ಪೀಳಿಗೆಯನ್ನೇ ಗುರಿಯಾಗಿಟ್ಟುಕೊಂಡು ರಚಿಸಿರುವ ಕಾರಣ ಪ್ರಸ್ತುತ ಸಮಾಜದಲ್ಲಿನ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆಯ ಪ್ರತಿಸ್ವರೂಪವನ್ನು ಚಿತ್ರಗಳ ಹಾಡುಗಳಲ್ಲಿ ಕಾಣಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಚಲನಚಿತ್ರಗೀತೆಗಳು ಇಂದಿನ ಟ್ರೆಂಡ್‌ಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ರಚನೆಗೊಳ್ಳುತ್ತಿರುವುದನ್ನು ಕಾಣಬಹುದು. ಅಲ್ಲದೆ ಒಂದು ಚಿತ್ರದಲ್ಲಿ ಒಂದು ಐಟಂಸಾಂಗ್‌ನ್ನು ಬಳಸಲೇಬೇಕು ಎಂಬುದು ನಿರ್ಮಾಪಕರ ಅಹವಾಲು ಕೂಡಾ. ಕಾರಣ ಚಲನಚಿತ್ರ ಗೀತೆಗಳು ಚಿತ್ರದ ಯಶಸ್ಸನ್ನೂ ನಿರ್ಧರಿಸುವ ಮಟ್ಟಿಗೆ ಬೆಳೆದು ನಿಂತಿವೆ. ಒಂದು ಐದಾರು ಜನಪ್ರಿಯ ಗೀತೆಗಳನ್ನು ಸೇರಿಸಿ ಯಾವುದೇ ರೀತಿಯ ವಿಶಿಷ್ಟವಾದ ಕಥೆಯಿಲ್ಲದ ಚಿತ್ರವನ್ನು ಕೂಡಾ ಯಶಸ್ಸು ಗಳಿಸುವಂತೆ ಮಾಡಬಹುದು. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಇತ್ತೀಚೆಗಷ್ಟೇ ಬಿಡುಗಡೆಗೊಂಡಂತಹ 'ಮುಂಗಾರು ಮಳೆ' ಚಿತ್ರ. ಇದರಲ್ಲಿ ಮನೋಮೂರ್ತಿ ಮತ್ತು ಜಯಂತ್ ಕಾಯ್ಕಿಣಿಯವರಿಂದ ರಚನೆಗೊಂಡ ಗೀತೆಗಳಿವೆ. ಅವುಗಳಿಗೆ ನೀಡಿದ ಸಂಗೀತ ಸಂಯೋಜನೆ ಜನರಿಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಪ್ರಿಯವೆನಿಸಿ ಚಿತ್ರವನ್ನು ಯಶಸ್ಸುಗೊಳಿಸಿದವು. ಅಂತಹ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾದ ಕಥಾವಸ್ತುವನ್ನೇನೂ ಒಳಗೊಳ್ಳದ ಆ ಚಿತ್ರ ತಾನು ಒಳಗೊಂಡ ಗೀತೆಗಳ ಮೂಲಕವೇ ಯಶಸ್ಸು ಸಾಧಿಸಿರುವುದನ್ನು ನಾವು ಕಾಣಬಹುದು.

ಆ ಚಿತ್ರದ ಗೀತೆಗಳೂ ಕೂಡಾ 'ಅನಿಸುತಿದೆ ಯಾಕೋ ಇಂದು', 'ಸುವ್ವಿ ಸುವ್ವಾಲೀ', 'ಕುಣಿದು ಕುಣಿದು ಬಾರೆ', 'ಮುಂಗಾರು ಮಳೆಯೋ' ಹಾಗೂ 'ಒಂದೇ ಒಂದು ಸಾರಿ' ಈ ಗೀತೆಗಳು ಅತ್ಯಂತ ಮೇಲ್ಪದರದ ಅರ್ಥವನ್ನು ಮಾತ್ರವೇ ಸೂಚಿಸುವಂತಹವಾಗಿವೆ. ಆಕರ್ಷಕ ಸಂಗೀತ ಸಂಯೋಜನೆಯಿಂದ ಇಡೀ ಕನ್ನಡ ಜನತೆಯ ಮನಗೆದ್ದಿವೆ.

ಚಲನಚಿತ್ರ ಗೀತೆಗಳ ಭಾಷಾ ಬಳಕೆಯ ವಿಷಯಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಮತ್ತೊಂದು ಗಮನಾರ್ಹವಾದ ವಿಷಯವೆಂದರೆ ಅನ್ಯಭಾಷೆಯ ಪ್ರಭಾವ. ಕೆಲವು ಗೀತೆಗಳು ನುಡಿ ಬೆರೆಕೆಯು ಕಂಡು ಬಂದರೆ ನುಡಿಪಲ್ಲಟವೂ ಕಂಡು ಬರುವುದುಂಟು.

ಉದಾಹರಣೆಗೆ : ಆಪ್ತಮಿತ್ರದ 'ರಾರಾ ಸರಸಕು ರಾರಾ' ಗೀತೆ. 'ಬುದ್ಧಿವಂತ ಚಿತ್ರದ ರಾರಾರಾರ ರಾಜ ರಾರಾರಾರಾರ ರಾಜ ಸರಸಕು ರಾರಾರಾ, ಓ ತೆಲುಗು ಪಿಲ್ಲ ಓ ತೆಲುಗು ಪಿಲ್ಲ', ಕುರಿಗಳು ಸಾರ್ ಕುರಿಗಳು ಚಿತ್ರದ 'ಕುಟ್ಟಿ ಕುಟ್ಟಿ ಒಂದು ಉಮ್ಮಾ ಕುಟ್ಟಿ ಕುಟ್ಟಿ ಕುಟ್ಟಿ ಮಲೆಯಾಳಿ ಕುಟ್ಟಿ', 'ಲವ್ ಮೀ ಆರ್ ಹೇಟ್ ಮೀ, ಕಿಸ್ ಮಿ ಆರ್ ಕಿಲ್ ಮಿ' ಎಂಬಂತಹ ತೆಲುಗು ಮಲೆಯಾಳಂ ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ಭಾಷೆಯು ಮಿಶ್ರಣಗೊಂಡ ಗೀತೆಗಳನ್ನು ಕನ್ನಡ ಚಿತ್ರಗೀತೆಗಳಲ್ಲಿ ಕಾಣಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಅಲ್ಲದೆ ಕನ್ನಡ ಹಾಡಿನಲ್ಲಿ ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ಪದಗಳ ಬಳಕೆಯು ಲೀಲಾಜಾಲವಾಗಿ ಕಂಡು ಬರುತ್ತಿರುವುದನ್ನು ನಾವು ಕಾಣಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಉದಾ :

* ಕರಿಯ ಐ ಲವ್ ಯು ಕರುನಾಡ ಮೇಲಾಣೆ
* ಎಕ್ಸ್ಕ್ಯೂಸ್‌ಮೀ ಎಕ್ಸ್ಕ್ಯೂಸ್‌ಮಿ - ನಾ ಪ್ರೇಮಿ ಯು ಲುಕ್, ಯು ಮ್ಯಾಚ ಯು ಲವ್ ಮಿ.
* ಹಾರ್ಟನ್ನೋ ಅಡ್ಡಾದಲ್ಲಿ ಲವ್ವನ್ನೋ ಲಾಂಗು ಹಿಡಿದು

ಕನ್ನಡದ ಚಿತ್ರರಂಗದಲ್ಲಿ ಬಳಕೆಯಾಗುತ್ತಿರುವ ಈ ಹಾಡಿನ ಸಾಹಿತ್ಯವನ್ನು ಕುರಿತಂತೆ ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯು ಅವನತಿಯತ್ತ ಸಾಗುತ್ತಿದೆ ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಡುವವರೂ ಉಂಟು. ಅರ್ಚನಾ ಹೆಬ್ಬಾರ್ ರವರು ತಮ್ಮ ಅನಿಸಿಕೆಯನ್ನು 'ಅವರಸರದ ಅವನತಿಯತ್ತ ಕನ್ನಡದ ಚಿತ್ರ ಸಾಹಿತ್ಯ ಸಂಗೀತ' ಎಂಬ ಶೀರ್ಷಿಕೆಯಡಿಯಲ್ಲಿ ಪತ್ರಿಕೆಯೊಂದರಲ್ಲಿ ಈ ರೀತಿ ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸಿದ್ದಾರೆ.

"ಏಳು ಜ್ಞಾನಪೀಠ ಪ್ರಶಸ್ತಿ ಪಡೆದಿರುವ ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆ ಇದೇನಾ ಎನ್ನುವ ಸಂದೇಹ ಒಂದು ಕ್ಷಣ ಮನಸ್ಸಿನಲ್ಲಿ ಸುಳಿಯಿತು. ಕನ್ನಡ ಹಾಡುಗಳ ಗುಣಮಟ್ಟ ಕಡಿಮೆಯಾಗಿವೆ ಎಂಬುದರಲ್ಲಿ ಸಂದೇಹವಿಲ್ಲ. ಆತಂಕದ ವಿಚಾರವೆಂದರೆ ಈಗಿನ ಚಿತ್ರ ಸಂಗೀತದ ಹಾಡುಗಳಲ್ಲಿ ಅರ್ಥವಿಲ್ಲ. ಅರ್ಥವಿದ್ದರೂ ಆಳವಿಲ್ಲ. ಆದರೂ ಇಂತಹ ಹಾಡುಗಳು ಬಹುಜನರಿಗೆ ಮೆಚ್ಚುಗೆಯಾಗುತ್ತಿವೆ"[೧೧] ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಡುತ್ತಾರೆ. ಅಲ್ಲದೆ ಈ ರೀತಿ ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ಚಲನಚಿತ್ರ ಗೀತೆಗಳಲ್ಲಿ ಅವನತಿ ಹೊಂದುತ್ತಿರುವುದಕ್ಕೆ ಕಾರಣಗಳನ್ನು ಸಹ ಗುರುತಿಸಿದ್ದಾರೆ. 1. ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ಪಾಶ್ಚ್ಯಾತೀಕರಣ : ಕನ್ನಡದ ಹಾಡುಗಳನ್ನು ಆಂಗ್ಲ ಭಾಷೆಯ ಶೈಲಿಯಲ್ಲಿ ಹಾಡುವ ರೂಢಿ. 2. ಹಾಡು ಬರೆಯುವವರನ್ನು ಕಾಡುವ ಕನ್ನಡ ಶಬ್ದಗಳ ಕೊರತೆ : ಅನ್ಯ ಭಾಷೆಗಳ ಬಾಹುಳ್ಯ ಚಿತ್ರರಂಗದಲ್ಲಿ ಅಧಿಕವಾಗುತ್ತಿದೆ. ಅಲ್ಲದೆ ವಿಚಿತ್ರ ಪದಗಳ ಬಳಕೆ. ಉದಾ : ಚಮಕಾಯಿಸು ಕಿಚಾಯಿಸು ಮುಂತಾದವು ಅಲ್ಲದೆ ಭಾಷೆ - ಸಂಗೀತ ಶ್ರೀಮಂತವಾಗುವ ಬದಲು ಗಲಾಟೆಯ ವಾತಾವರಣವನ್ನು ಉಂಟುಮಾಡುತ್ತದೆ. 3. ಕಥಾವಸ್ತುವಿನ ಕೊರತೆ : ಕುಟುಂಬ ಸಮೇತ ನೋಡುವ ಚಿತ್ರಗಳು ಕಣ್ಮರೆಯಾಗಿವೆ. ಚಿತ್ರದ ಶೀರ್ಷಿಕೆಗಳೇ ವಿಚಿತ್ರವಾಗಿವೆ. ಲೂಸ್ ಮಾದ, ಮೆಂಟಲ್ ಮಂಜ, ಸ್ಲಂಬಾಲ, ಟಗರು, ಖಡಕ್, ಗಿಲ್ಲಿ ಇತ್ಯಾದಿ ಅಲ್ಲದೇ ಕಥಾಹಂದರದ ಅಸಹಜತೆ ನಟನೆಯ ಅಸಹಜತೆ, ಪರಭಾಷಾ ನಾಯಕ ನಾಯಕಿಯರು ಮೊದಲಾದ ದುರಾದೃಷ್ಟಕರ ಬೆಳವಣಿಗೆಗಳು. 4. ಚಿತ್ರರಂಗದ ಕಲಾಮಾಧ್ಯಮದ ಬದಲಾಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಸರಕಾಗಿ ಮಾರ್ಪಾಡಾಗಿರುವುದು : ಕಥಾವಸ್ತುವಿಗೆ ಕನ್ನಡ ಸಾಹಿತ್ಯ ಲೋಕದಲ್ಲಿ ಬರಲಿಲ್ಲ. ಆದರೆ ಹಣಗಳಿಕೆಯನ್ನು ಮುಖ್ಯ ಗುರಿಯಾಗಿ ಹೊಂದಿರುವ ಇಂದಿನ ಚಿತ್ರ ನಿರ್ಮಾಪಕರು ಅರ್ಥಹೀನವಾದ, ಕೀಳು ಅಭಿರುಚಿಯ ಚಿತ್ರಗಳ ಕಡೆಗೆ ಮನಸೋಲುತ್ತಿರುವುದು ಕನ್ನಡಿಗರ ದೌರ್ಭಾಗ್ಯವೆಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಡುತ್ತಾರೆ.

ಅರ್ಚನಾರವರ ಅಭಿಪ್ರಾಯದಂತೆ ಮನಸ್ಸಿಗೆ ಸಂತಸ ತರುತ್ತಿದ್ದಂತಹ ಮುದವಾದ ಸಾಹಿತ್ಯ ಮಾಧುರ್ಯದಿಂದ ಕೂಡಿದ ಸಂಗೀತ ಹೊಂದಿದ ಹಾಡುಗಳಿಂದು ಕಣ್ಮರೆಯಾಗುತ್ತಿದೆ.

'ತೆರೆದಿದೆ ಮನೆ ಓ ಬಾ ಅತಿಥಿ, 'ತಾಯೆ ಬಾರ ವೇಗವ ತೋರೆ', 'ಒಲವೇ ಜೀವನ ಸಾಕ್ಷಾತ್ಕಾರ', 'ಬಾಡಿ ಹೋದ ಬಳ್ಳಿಯಿಂದ ಹೂವು ಅರಳ ಬಲ್ಲದೆ', ಇಂತಹ ಗೀತೆಗಳು - ಅವುಗಳ ಮಧುರತೆ ನಮ್ಮಿಂದ ದೂರವಾಗುತ್ತಾ ಅವುಗಳ ಜಾಗವನ್ನು - 'ಐತಲಕಡಿ, ಐತಲಕಡಿ ಬಾರೆ, 'ಹೊಡಿ ಮಗ ಹೊಡಿ ಮಗ', ಕೆಂಚಲೋ ಮಂಚಾಲೋ, ಕಾಲೇಜು ಕ್ಯಾಂಪಸ್ ಬಸ್ ಯಾವ್ ಬಸ್ಸು ನೋಡ್ರಾ ರಶ್ಯು ಎಂಬಂತಹ ಗೀತೆಗಳು ಆಕ್ರಮಿಸಿಕೊಂಡಿವೆ.

ಒಟ್ಟಾರೆ ಇಂದಿನ ಜೀವನ ಶೈಲಿಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಚಿತ್ರಗಳ ಗೀತೆಗಳ ಭಾಷೆಯೂ ಬಳಕೆಯಾಗುತ್ತಿದೆ. ಇಂದು ಭಾಷೆ ತನ್ನ ಮಡಿವಂತಿಕೆ, ವ್ಯಾಕರಣ ನಿಯಮಗಳನ್ನು ಎಲ್ಲಾ ಮುರಿದು ಮುನ್ನುಗ್ಗುತ್ತಿರುವ ಈ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಅದು ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ಬೆಳವಣಿಗೆಯೋ, ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ಅವನತಿಯ ಸಂಕೇತವೋ ಎಂದು ಗುರುತಿಸಲು ಅಸಾಧ್ಯವಾಗುವ ಮಟ್ಟಕ್ಕೆ ಇಂದು ಭಾಷಾ ಬಳಕೆಯ ಸ್ವರೂಪವಿದೆ.

ಒಟ್ಟಾರೆ ಎಲ್ಲಾ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಭಾಷೆಯನ್ನೇ ಸಂವಹನ ಕ್ರಿಯೆಗಾಗಿ ಅವಲಂಬಿಸಿರುವುದಲ್ಲದೆ ಭಾಷೆಯನ್ನು ಪ್ರಭಾವಿಸುತ್ತಿವೆ. ಭಾಷೆಯ ಬದಲಾವಣೆಯಲ್ಲಿ ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ಆಧುನೀಕರಣ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ವಹಿಸುತ್ತಿರುವ ಪಾತ್ರ ಮಹತ್ವವಾದುದು.

ಅಡಿಟಿಪ್ಪಣಿಗಳು

೧. (ಸಂ) ಎಚ್.ಎಸ್. ರಾಘವೇಂದ್ರರಾವ್, ಕನ್ನಡ ಅಧ್ಯಯನ, ೧೯೯೪, ಪು. ೫೭.

೨. ಕೆ.ವಿ. ನಾರಾಯಣ, ಕನ್ನಡ ಜಗತ್ತು : ಅರ್ಧ ಶತಮಾನ, ೨೦೦೭, ಪು. ೭೯

೩. ಡಾ. ಟಿ.ಸಿ. ಪೂರ್ಣಿಮಾ, ಆಧುನಿಕ ಸಂವಹನ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಮತ್ತು ಕನ್ನಡ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ, ೨೦೦೩, ಪು. ೨೪೫

೪. (ಸಂ) ಡಿ. ಯಶೋಧ, ಡೆಡ್‌ಲೈನ್ ವೀರರ ಕಥೆಗಳು (ಪತ್ರಿಕಾ ರಂಗ ಕುರಿತ ಲೇಖನಗಳು), ೧೯೯೯, ಪು. ೧೮೮

೫. ಕೆ.ವಿ. ನಾರಾಯಣ, ಭಾಷೆಯ ಸುತ್ತಮುತ್ತ, ೧೯೯೮, ಪು. ೨೦

೬. ಬ್ರಿಟೀಷ್ ಬ್ರಾಡ್ ಕಾಸ್ಟಿಂಗ್ ಕಾರ್ಪೊರೇಷನ್, ಉಲ್ಲೇಖ : ಆಧುನಿಕ ಸಂವಹನ ಮಾದ್ಯಮಗಳು ಮತ್ತು ಕನ್ನಡ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ, ಡಾ. ಟಿ.ಸಿ. ಪೂರ್ಣಿಮಾ, ೨೦೦೩, ಪು. ೮೦

೭. ಎ.ಎನ್. ಮೂರ್ತಿರಾಯರು, ಉಲ್ಲೇಖ : ಆಧುನಿಕ ಸಂವಹನ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಮತ್ತು ಕನ್ನಡ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ, ಡಾ. ಟಿ.ಸಿ. ಪೂರ್ಣಿಮಾ, ೨೦೦೩, ಪು. ೨೨೦.

೮. ಜ್ಯೋತ್ಸ್ನಾ ಕಾಮತ್, ಉಲ್ಲೇಖ : ಕನ್ನಡ ಭಾಷಾಭಿವೃದ್ಧಿ : ಸಾಧನೆ ಮತ್ತು ಮುನ್ನೋಟ, (ಸಂ) ಕೆ.ವಿ. ನಾರಾಯಣ, 1999, ಪು. ೨೦.

೯. ಪ್ರೊ. ಬರಗೂರು ರಾಮಚಂದ್ರಪ್ಪ, ಕನ್ನಡ ಪ್ರಜ್ಞೆ, ೨೦೦೭, ಪು. ೨೬೨.

೧೦. ಪ್ರೊ. ಬರಗೂರು ರಾಮಚಂದ್ರಪ್ಪ, ಕನ್ನಡ ಪ್ರಜ್ಞೆ, ೨೦೦೭, ಪು. ೨೮೬.

೧೧. ಅರ್ಚನಾ ಹೆಬ್ಬಾಗ, 'ಅವಸರದ ಅವನತಿಯತ್ತ ಕನ್ನಡ ಚಿತ್ರ ಸಾಹಿತ್ಯ, ಸಂಗೀತ : - ವಿಚಾರ ಬರಹ, ವಿಜಯ ಕರ್ನಾಟಕ ದೈನಿಕ, ೧೪ನೇ ಜುಲೈ ೨೦೦೯, ಪು. ೮.

ಅಧ್ಯಾಯ : ೪

ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಮತ್ತು ಭಾಷಿಕ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ

೧. ಭಾಷಾಂತರ ಪ್ರವೃತ್ತಿ

೨. ಆಧುನೀಕರಣ

೩. ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣ

ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಮತ್ತು ಭಾಷಿಕ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ

ಭಾಷೆ ನಿಂತ ನೀರಲ್ಲ. ನಿತ್ಯ ನಿರಂತರವಾದುದು. ಚಲನಶೀಲವಾದುದು. ಕಾಲದ ಅಗತ್ಯಕ್ಕೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಬದಲಾಗುತ್ತಾ ಹೋಗುವುದು ಜೀವಂತ ಭಾಷೆಯ ಲಕ್ಷಣ. ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯೂಕೂಡಾ ಇದಕ್ಕೆ ಹೊರತಾದುದಲ್ಲ. ಆರಂಭದ ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ಸ್ವರೂಪಕ್ಕೂ ಇಂದಿನ ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ಸ್ವರೂಪಕ್ಕೂ ಬಹಳಷ್ಟು ವ್ಯತ್ಯಾಸವಿದೆ. ಯಾವುದೇ ಭಾಷೆ ಭಿನ್ನ ಸಾಮಾಜಿಕ, ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಮತ್ತು ಭಾಷಿಕ ಸಂಪರ್ಕಕ್ಕೆ ತನ್ನನ್ನು ತಾನು ತೆರೆದುಕೊಂಡಾಗ ಬದಲಾವಣೆಗಳು ಉಂಟಾಗುವುದು ಸಹಜ. ಆಗ ಅನೇಕ ಭಾಷಿಕ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳು ಒಂದು ಭಾಷೆಯೊಳಗೆ ಪ್ರವೇಶಿಸಲಾರಂಭಿಸುತ್ತದೆ. ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿ ಕೊಡು - ಕೊಳೆ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯು ನಡೆಯುವುದು ಅನಿವಾರ್ಯ. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಭಾಷೆಯನ್ನು ಸಂವಹನ ಮಾಧ್ಯಮವಾಗಿ ಬಳಸುವುದರಿಂದ ಭಾಷಿಕ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಭಾಷೆಯಲ್ಲೂ ಕಾಣಬಹುದು. ಭಾಷಾಂತರ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ, ಆಧುನೀಕರಣ ಮತ್ತು ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣವು ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿ ಕಂಡುಬರುವ ಪ್ರಮುಖ ಭಾಷಿಕ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳಾಗಿವೆ.

ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿ ಉಂಟಾಗುವ ಬದಲಾವಣೆಯನ್ನು ಎರಡು ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಕಾಣಬಹುದು. ಮೊದಲನೆಯದು ಯೋಜಿತ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ. ಎರಡನೆಯದು ತನ್ನಿಂದ ತಾನೇ ನಡೆಯುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ. ಭಾಷೆಯ ಜಾಯಮಾನಕ್ಕೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಭಾಷೆಯನ್ನು ಬಳಸುವವರ ಅಗತ್ಯ, ಇಚ್ಛೆ, ಅಪೇಕ್ಷೆಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಕಾಲಕ್ಕೆ ತಕ್ಕಂತೆ ನಡೆಯುವ ಭಾಷಿಕ ಬದಲಾವಣೆ ಯೋಜಿತ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ. ಯಾರ ಒತ್ತಡವೂ ಇಲ್ಲದೆ ತನ್ನಿಂದ ತಾನೇ ನಡೆಯುವ ಬದಲಾವಣೆ. ಈ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಜನರ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆಯಲ್ಲಿ ಕಂಡುಬರುತ್ತದೆ.

ಜನಭಾಷೆ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಭಾಷೆ ಮೇಲೂ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಭಾಷೆ ಜನಭಾಷೆಯ ಮೇಲೂ ಪ್ರಭಾವ ಉಂಟುಮಾಡುತ್ತವೆ. ಮಾಧ್ಯಮಗಳೂ ಸಹಾ ಬದಲಾದ ಸಂದರ್ಭ ಸನ್ನಿವೇಶಕ್ಕೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಬಳಸುವ ಭಾಷೆಯಲ್ಲೂ ಬದಲಾವಣೆ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುತ್ತವೆ. ಹೊಸ ಪದಗಳ ಸೃಷ್ಟಿ, ಇಲ್ಲವೇ ಇರುವ ಪದಗಳ ಅರ್ಥವಿಸ್ತಾರದೊಂದಿಗೆ ಭಾಷೆಯನ್ನು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳಲಾಗುತ್ತದೆ. ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಬಳಸುವ ಭಾಷೆಗೆ ವ್ಯಾಪಕವಾದ ಪ್ರಚಾರವಿದ್ದು ಬಹುಜನರನ್ನು ತಲುಪಿಸುವ ಕಾರಣ ಮಾಧ್ಯಮದ ಭಾಷೆ ಜನಬಳಕೆಯ ಭಾಷೆಯಾಗುವ ಸಾಧ್ಯತೆ ಹೆಚ್ಚು. ಹಾಗಾಗಿ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಭಾಷೆಯ ಬೆಳವಣಿಗೆ ಮತ್ತು ಬದಲಾವಣೆಯಲ್ಲಿ ಮಹತ್ವದ ಪಾತ್ರವಹಿಸುತ್ತವೆ. ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ನಡೆಯುವ ಭಾಷಿಕ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳನ್ನು ಈ ಕೆಳಕಂಡಂತೆ ಗುರುತಿಸಲಾಗಿದೆ.

೧. ಭಾಷಾಂತರ ಪ್ರವೃತ್ತಿ

೨. ಆಧುನೀಕರಣ

೩. ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣ

೧. ಭಾಷಾಂತರ ಪ್ರವೃತ್ತಿ

ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿ ಕಂಡುಬರುವ ಪ್ರಮುಖ ಭಾಷಿಕ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಭಾಷಾಂತರ ಪ್ರವೃತ್ತಿ ಮುಖ್ಯವಾದುದು. ಇಂದು ಜೀವನ ಕ್ಲಿಷ್ಟವಾಗುತ್ತಿದೆ. ಕಾಲದೇಶಗಳ ಅಂತರ ಸಂಕುಚಿತವಾಗುತ್ತಿದೆ. ಬದಲಾದ ಬದುಕಿನ ಸ್ವರೂಪಕ್ಕೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಬದುಕಿನ ಶೈಲಿಯೂ ಬದಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಇಂದು ನಾಗರೀಕರೆನಿಸಿದವನಿಗೆ ದೈನಂದಿನ ವಿಚಾರಗಳ ತಿಳುವಳಿಕೆ ಅಗತ್ಯ. 'ಮಾಹಿತಿ ಹಸಿವು' ಪ್ರಜ್ಞಾವಂತ ನಾಗರೀಕನ ಲಕ್ಷಣ. ಇಂತಹ ಅಗತ್ಯ ಅನಿವಾರ್ಯತೆಗಳನ್ನು ತಣಿಸಲು ಭಾಷಾಂತರ ಪ್ರವೃತ್ತಿಯು ಅತ್ಯಗತ್ಯ.

ಭಾಷಾಂತರದಿಂದ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆ ಹೆಚ್ಚು ಸೂಕ್ಷ್ಮಗೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ಹೊಸ ಸಾಧನ - ಸಲಕರಣೆಗಳು ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆಯ ಮೇಲಿನ ನಿರ್ಬಂಧವನ್ನು ಸಡಿಲಗೊಳಿಸುತ್ತದೆ. ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಭಾಷೆಯ ಪದಕೋಶ ಮತ್ತು ವ್ಯಾಕರಣಾಂಶಗಳಲ್ಲಿ ಭಾಷಾಂತರ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ನಡೆಯುತ್ತದೆ. ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿ ಪದಕೋಶ ಆಯಾಭಾಷಿಕ ಜನಾಂಗದ ಅಗತ್ಯಗಳಿಗೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಬದಲಾಗುತ್ತಾ, ಬಳಕೆಯಾಗುತ್ತಾ ಬೆಳವಣಿಗೆ ಹೊಂದುತ್ತಿರುತ್ತದೆ. ಭಾಷಾಂತರ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯು ಭಾಷೆಯನ್ನು ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತವಾಗಿ, ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಬಳಸುವ ಕಡೆಗೆ ಗಮನಹರಿಸುತ್ತದೆ. ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆಯು ಮೊನಚಾಗುತ್ತಾ ರಚನೆಯ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯತೆಯ ಕಡೆಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಒತ್ತು ನೀಡಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಮತ್ತು ಭಾಷಾಂತರದ ನಡುವೆ ಬಿಡಿಸಲಾಗದ ನಂಟಿದೆ. 'ಭಾಷಾಂತರವಿಲ್ಲದೆ ಏನೂ ನಡೆಯದು'[೧] ಎಂದು ಹೇಳುವ ಬೇಟ್ಸ್‌ನ ಮಾತುಗಳು ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಭಾಷಾಂತರ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಸತ್ಯವೆನಿಸುತ್ತದೆ. ಇತರ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಿಗಿಂತ ಪತ್ರಿಕಾ ಮಾಧ್ಯಮದಲ್ಲಿ ಭಾಷಾಂತರ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ಕಂಡುಬರುತ್ತದೆ. ಜಗತ್ತಿನ ಮೂಲೆ ಮೂಲೆಗಳಿಂದ ಬಂದು ಬೀಳುವ ಸುದ್ದಿ ಸಮಾಚಾರವನ್ನು ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಗೆ ಭಾಷಾಂತರಗೊಳಿಸಿ ಪ್ರಕಟಿಸಬೇಕಾದ ಅಗತ್ಯ ಅನಿವಾರ್ಯವಿದೆ. ಅತ್ಯಂತ ಕಡಿಮೆ ಕಾಲಾವಧಿಯಲ್ಲಿ ಭಾಷಾಂತರಗೊಳಿಸಬೇಕಾದ ತುರ್ತು ಪತ್ರಿಕೆಗಳಿಗಿದೆ.

ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮದಲ್ಲಿ ಪೈಪೋಟಿ ಹೆಚ್ಚು. ಒಂದೇ ಸುದ್ದಿಯನ್ನು ಯಾವ ಪತ್ರಿಕೆ ಎಷ್ಟು ರೋಚಕವಾಗಿ, ಆಕರ್ಷಣೀಯವಾಗಿ ಮಂಡಿಸುತ್ತದೆ. ಎಂಬುದರ ಮೇಲೆ ಪತ್ರಿಕೆಗಳ ಜನಪ್ರಿಯತೆ ಅಡಗಿದೆ. ಪತ್ರಿಕೆಗಳು ಎದುರಿಸುವ ಇಂತಹ ತುರ್ತು ಭಾಷಾಂತರ ಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಚುರುಕುಗೊಳಿಸುತ್ತವೆ.

ಪತ್ರಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಅನುವಾದಕಾರ ತ್ವರಿತವಾಗಿ ಸಂವಾದಿ ಪದಗಳನ್ನು ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ತಾನೇ ಸೃಷ್ಟಿಸುತ್ತಾನೆ. ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ಮೂಲ ಪದಕ್ಕೆ ಸರಿಹೊಂದುವ ಕನ್ನಡ ಪದ ನೀಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಪತ್ರಿಕಾ ಮಾಧ್ಯಮದಿಂದ ಕನ್ನಡಕ್ಕೆ ಭಾಷಾಂತರಗೊಂಡ ಪದಗಳ ಕೆಲವು ಉದಾಹರಣೆಗಳು ಹೀಗಿವೆ.

Black money - ಕಪ್ಪು ಹಣ

Freedom of press - ಪತ್ರಿಕಾ ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯ

Political Colour - ರಾಜಕೀಯ ಬಣ್ಣ

Public Intrest - ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಹಿತಾಸಕ್ತಿ

Test tube bady - ಪ್ರನಾಳ ಶಿಶು

ಇಂತಹ ಪದಪುಂಜಗಳು ಇಂಗ್ಲೀಷಿನಿಂದ ನೇರವಾಗಿ ಕನ್ನಡಕ್ಕೆ ಭಾಷಾಂತರಗೊಂಡವು. ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ಪತ್ರಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಭಾಷಾಂತರಗೊಳಿಸಿ ಮಂಡಿಸುವುದು ಕೃತಕವೂ, ಸತ್ವಹೀನವೆನಿಸುವ ಕೆಲವು ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಬೇರೆ ಭಾಷೆಯ ವಿಷಯವನ್ನು ಕನ್ನಡ ಲಿಪಿಯಲ್ಲಿ ಹಾಗೆಯೇ ಬರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ. ಉದಾ : You just can't beat BAJAJ ಎಂಬುದನ್ನು ಭಾಷಾಂತರಿಸಲು ಉಚಿತವೆನಿಸದೆ 'ಯು ಜಸ್ಟ್ ಕಾಂಟ್ ಬೀಟ್ ಬಜಾಜ್' ಎಂದೇ ಕನ್ನಡ ಲಿಪಿಯಲ್ಲಿ ಬರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ.

ರೇಡಿಯೋ ಮಾಧ್ಯಮದಲ್ಲಿ ಸುದ್ದಿ ಪ್ರಸಾರ ಮತ್ತು ಮನರಂಜನ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳಲ್ಲಿ ಭಾಷಾಂತರ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಕಾಣಬಹುದು. ರಾಷ್ಟ್ರಪತಿಗಳ, ಪ್ರಧಾನಮಂತ್ರಿಗಳ ಭಾಷಣಗಳು ಅನುವಾದಗೊಂಡು ಬಿತ್ತರವಾಗುತ್ತವೆ. ಮನರಂಜನೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ಹಾಡುಗಳ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಮೂಲ ಸಂಗೀತವನ್ನು ಹಾಗೇ ಉಳಿಸಿ ಅದಕ್ಕೆ ಸಂವಾದಿಯಾಗಿ ಬೇರೆಯದೇ ಸಾಹಿತ್ಯವನ್ನು ಬಳಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಇಂತಹ ಭಾಷಾಂತರ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ರೇಡಿಯೋ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳಲ್ಲಿ ಕಾಣಬಹುದು.

ದೂರದರ್ಶನದಲ್ಲಿ ಭಾಷಾಂತರ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯ ಸ್ವರೂಪವೇ ಬೇರೆ. ಒಂದು ಭಾಷೆಯ ಚಿತ್ರವನ್ನು ಮತ್ತೊಂದು ಭಾಷೆಗೆ ತರ್ಜುಮೆ ಮಾಡಬಹುದು. ಆಗ ಚಿತ್ರದ ಫ್ರೇಮ್‌ಗಳ ಜೊತೆಗೆ ಮಾತುಗಳು ತುಟಿ ಚಲನೆ ಹೊಂದುವಂತೆ ಸಂಭಾಷಣೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿಸಿ ಸಿಂಕ್ರನೈಸ್ (Synchronise) ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಮಾತಿನ ವೇಗ, ಧಾಟಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ರೀ ರೆಕಾರ್ಡಿಂಗ್ ಮಾಡಿ ನಂತರ ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ದೂರದರ್ಶನದಲ್ಲಿ ಕಂಡು ಬರುವ ಭಾಷಾಂತರ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯ ಅಂಶವೆಂದರೆ, ಬೇರೆ ಭಾಷೆಯ ಚಿತ್ರವೊಂದನ್ನು ಕನ್ನಡ ಸೇರಿದಂತೆ ಇತರ ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಭಾಷೆಯ ಪರಿಸರದಲ್ಲಿ ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಆಗ ಭಾಷೆಯ ಅರಿವಿಲ್ಲದೆ ಚಿತ್ರವನ್ನು ಮಾತ್ರವೇ ಗಮನಿಸಿ ಅರ್ಥೈಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಕಷ್ಟ. ಆಗ ಚಿತ್ರದ ಸಂಭಾಷಣೆಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಅದನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸಿ ಟಿವಿ ಪರದೆಯ ಕೆಳಭಾಗದಲ್ಲಿ ಉಪಶೀರ್ಷಿಕೆಗಳ ರೀತಿ ಸಂಭಾಷಣೆಯನ್ನು ಚಲಿಸುವಂತೆ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಇಂತಹ ಭಾಷಾಂತರ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯ ಸಮಸ್ಯೆಯೆಂದರೆ ವೀಕ್ಷಕ ದೃಶ್ಯವನ್ನು ನೋಡುತ್ತಾ, ಸಂಭಾಷಣೆ ಕೇಳುತ್ತಾ, ಉಪಶೀರ್ಷಿಕೆ ಗಮನಿಸಿ ಓದಿಕೊಂಡು ಅರ್ಥೈಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಕಷ್ಟ. ವೀಕ್ಷಕನಿಗೆ ಇದು ತ್ರಾಸದಾಯಕ ಕೆಲಸವೆನಿಸುವ ಜೊತೆಗೆ ಗೊಂದಲವೂ ಉಂಟಾಗುತ್ತದೆ. ಅಲ್ಲದೆ ಅನಕ್ಷರಸ್ಥರಿಗೆ ಇಂತಹ ಭಾಷಿಕ ಪ್ರವೃತ್ತಿಯಿಂದ ಪ್ರಯೋಜನ ದೊರೆಯಲಾರದು.

ಈ ರೀತಿ ಭಾಷಾಂತರ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯು ಪ್ರಶಸ್ತಿ ವಿಜೇತ ಚಿತ್ರಗಳ ಪ್ರಸಾರ, ಚಲನಚಿತ್ರೋತ್ಸವಗಳ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ. ಡಿ.ಡಿ. ೧ ದೂರದರ್ಶನದಲ್ಲಿ ಪ್ರತಿ ಭಾನುವಾರ ಪ್ರಸಾರವಾಗುವ ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಚಲನಚಿತ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಈ ರೀತಿಯ ಭಾಷಾಂತರ ತಂತ್ರವನ್ನು ನಾವು ಕಾಣಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಭಾಷಾಂತರದಲ್ಲಿ ಕಂಡು ಬರುವ ಮತ್ತೊಂದು ತಂತ್ರವೆಂದರೆ ಕಥೆ, ಕಾದಂಬರಿ, ನಾಟಕಗಳು ಧಾರಾವಾಹಿ ಮತ್ತು ಚಲನಚಿತ್ರಗಳಾಗಿ ಬದಲಾವಣೆ ಹೊಂದುವುದು. ಇದು ಕಲಾಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ನಡೆಯುವ ಭಾಷಾಂತರ ಪ್ರವೃತ್ತಿ, ಲೇಖಕನ ಆಶಯವನ್ನು ಉಳಿಸಿಕೊಂಡು ಕಥಾಹಂದರವನ್ನು ವಿಸ್ತರಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಅಗತ್ಯ ಭಾಷಾಂತರಕಾರನಿಗಿರುತ್ತದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಕಾದಂಬರಿ ಚಲನಚಿತ್ರವಾಗಿ ರೂಪುಗೊಂಡದ್ದು, ಲಂಕೇಶರ ಮುಸ್ಸಂಜೆ ಕಥಾಪ್ರಸಂಗ, ಕವಿತಾ ಲಂಕೇಶರ ನಿರ್ದೇಶನದಲ್ಲಿ 'ಅವ್ವ' ಚಿತ್ರವಾಗಿ ರೂಪು ಪಡೆದಾಗ, ಗಿರೀಶ್ ಕಾರ್ನಾಡರ 'ನಾಗಮಂಡಲ' ನಾಟಕ, ಟಿ.ಎಸ್. ನಾಗಾಭರಣರವರ ನಿರ್ದೇಶನದಲ್ಲಿ 'ನಾಗಮಂಡಲ' ಚಲನಚಿತ್ರವಾದಾಗ ಬದಲಾದ ಕಲಾ ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಭಾಷೆಯೂ ಬದಲಾಗಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.

ಹೀಗೆ ಭಾಷಾಂತರ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯು ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಅತ್ಯಂತ ಅನಿವಾರ್ಯವಾದುದು. ಭಾಷಾಂತರ ವಿಲ್ಲದೆ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಕಾರ್ಯ ಪೂರ್ಣವೆನಿಸಲಾರವು.

೨. ಆಧುನೀಕರಣ

ಜಾಗತೀಕರಣ, ಉದಾರೀಕರಣ ಮುಂತಾದ 'ಈ ಕರಣ' ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳಿಂದ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ವಲಯವೂ ಇಂದು ಆಧುನೀಕರಣಗೊಳ್ಳುತ್ತಿದೆ. ಇದಕ್ಕೆ ಭಾಷೆಯೂ ಕೂಡಾ ಹೊರತಾದುದಲ್ಲ. ಆಧುನೀಕರಣ ಎಂದರೆ "ಪರಿಸ್ಥಿತಿಗೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಬದಲಾಗುವುದು. ಸಿದ್ಧಗೊಳ್ಳುವುದು ಎಂದು ಹೇಳಬಹುದು. ಸಮಾಜ ಬದಲಾವಣೆ ಆದಂತೆ ಭಾಷಿಕ ಬದಲಾವಣೆಗಳು ಸಹಜ. ಇತರ ಜ್ಞಾನ ಶಿಸ್ತುಗಳಲ್ಲಿ ಆಗುತ್ತಿರುವ ಸಾಧನೆಗಳು, ವಿಜ್ಞಾನ, ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಕ್ಷೇತ್ರದ ಪ್ರಗತಿ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆಯನ್ನು ಪ್ರಭಾವಿಸುತ್ತದೆ. ಇದಕ್ಕನುಸಾರವಾಗಿ ಭಾಷೆಯ ಸ್ವರೂಪದಲ್ಲಿ ಅನೇಕ ಬದಲಾವಣೆಗಳು ಹೊಂದಾಣಿಕೆಗಳು ಆಗುವುದು ಅನಿವಾರ್ಯ. ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆಯಲ್ಲಿ ಅನುದಿನವೂ ಎದುರಾಗುವ ಅನೇಕ ಸವಾಲುಗಳನ್ನು ಮೆಟ್ಟಿ ನಿಲ್ಲುವುದು ಭಾಷೆಗೆ ಅವಶ್ಯಕವಾಗುತ್ತದೆ. ಹಾಗೂ ಸಿದ್ಧಗೊಳ್ಳಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ರೀತಿ ಬದಲಾವಣೆಗೆ ಸಿದ್ಧವಾಗುವ ಅಥವಾ ಬದಲಾಗುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯೇ ಆಧುನೀಕರಣ ಎನ್ನಬಹುದು'[೨] ಎಂದು ಡಾ. ಸಾಂಬಮೂರ್ತಿ ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಡುತ್ತಾರೆ.

ಸಾಂಬಮೂರ್ತಿಯವರ ಅಭಿಪ್ರಾಯವನ್ನೇ ಸಮರ್ಥಿಸುವಂತೆ ಕೆ.ವಿ. ನಾರಾಯಣ ಅವರು "ಯಾವುದೇ ಭಾಷೆ ಜಗತ್ತಿನ ಸವಾಲುಗಳಿಗೆ ಪ್ರತಿಸ್ಪಂದಿಸಲು ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಆಡಳಿತ, ಶಿಕ್ಷಣ, ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ವಲಯಗಳಲ್ಲಿ ಬಳಕೆಯಾಗತೊಡಬೇಕು"[೩] ಎಂದೂ, "ಆಧುನೀಕರಣವೆಂದರೆ ಸರಳವಾಗಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ ಆಧುನಿಕ ಜಗತ್ತಿನ ಅವಶ್ಯಕತೆಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸಲು ಯಾವುದೇ ಬಗೆಯ, ಯಾವುದೇ ವಲಯದ ಬಳಕೆಗಾದರೂ ಭಾಷೆ ಸನ್ನದ್ಧವಾಗುವುದು"[೪] ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಡುತ್ತಾರೆ.

ಇಂತಹ ಆಧುನೀಕರಣವೆಂಬ ಭಾಷಿಕ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ ಕಾಣಬಹುದು. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಬದಲಾಗುತ್ತಿರುವ ಸನ್ನಿವೇಶಗಳನ್ನು ಎದುರಿಸಲು ನಿರಂತರವಾಗಿ

ಸಿದ್ಧಗೊಳ್ಳುತ್ತಿರಬೇಕು. ಅದರಲ್ಲೂ ಭಾಷಿಕವಾಗಿ ಸಿದ್ಧವಾಗಬೇಕು. ಕಾರಣ ಜಗತ್ತಿನ ಯಾವುದೇ ಹೊಸ ವಿಚಾರ, ಚಿಂತನೆ, ಮಾಹಿತಿ, ಆವಿಷ್ಕಾರಗಳು ಮೊದಲು ಸ್ಥಾನ ಪಡೆಯುವುದು ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ.

ಆಧುನೀಕರಣವು ಯೋಜಿತವಾದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲ. ಅದು ತಂತಾನೇ ನಡೆಯುವಂತದ್ದು. ಜನರ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆಯಲ್ಲಿ ಆಧುನೀಕರಣಗೊಂಡ ಭಾಷಾ ಸ್ವರೂಪವನ್ನು ಕಾಣಬಹುದು. ಆಧುನೀಕರಣ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಭಾಗಿಯಾಗುವ ಜನರು ತಾವು ಭಾಷೆಯನ್ನು ಆಧುನೀಕರಣಗೊಳಿಸುತ್ತಿದ್ದೇವೆ ಎಂಬ ಪ್ರಜ್ಞೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಆ ಅರಿವೂ ಕೂಡಾ ಅವರಿಗೆ ಇರುವುದಿಲ್ಲ. ಅವರ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆಯನ್ನು ಅಧ್ಯಯನಕ್ಕೆ ಒಳಪಡಿಸಿದಾಗ ಆಧುನೀಕರಣಗೊಂಡ ಭಾಷೆಯ ಸ್ವರೂಪ ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗುತ್ತದೆ.

ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿ ಆಧುನೀಕರಣ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಪೂರ್ಣ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ನಡೆಯುತ್ತಿದೆಯೇ ಎಂಬುದನ್ನು ಗಮನಿಸಬೇಕು. "ಭಾಷೆಯ ಎಲ್ಲಾ ಸ್ತರಗಳಲ್ಲೂ ಸಮ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಈ ಪ್ರವೃತ್ತಿ ನಡೆಯುತ್ತಿದೆಯೇ ಎಂದು ಕೇಳಿದರೆ ಇಲ್ಲವೆಂದು ಹೇಳಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಪದಕೋಶ, ಪದರಚನೆ ನಿಯಮಗಳು ಈ ಸ್ತರದಲ್ಲಿ ಅಧಿಕ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಆಧುನೀಕರಣಗೊಳ್ಳುತ್ತಾ ನಡೆದರೆ ಧ್ವನಿರಚನೆ, ವಾಕ್ಯರಚನೆಗಳ ಸ್ತರದಲ್ಲಿ ಮಂದವಾಗಿದೆ"[೫] ಎಂದು ಕೆ.ವಿ. ನಾರಾಯಣರವರ ಅಭಿಪ್ರಾಯವು ಆಧುನೀಕರಣಗೊಳ್ಳುತ್ತಿರುವ ಭಾಷೆಯ ಸ್ತರವನ್ನು ಸ್ಪಷ್ಟಪಡಿಸುತ್ತದೆ. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲೂ ಇದನ್ನು ಗುರುತಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ಆಧುನೀಕರಣ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಪ್ರಮುಖ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸುತ್ತವೆ. ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯು ಆಧುನೀಕರಣ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗೆ ಒಳಗಾಗುವುದನ್ನು ಗುರುತಿಸಲು ಡಾ. ಟಿ.ಸಿ. ಪೂರ್ಣಿಮಾರವರು ಕೆಲವು ಅಂಶಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ.

"* ಶಬ್ದಕೋಶದ ವಿಸ್ತರಣೆ
* ದೇಸೀಯವಲ್ಲದ ರಚನಾಕ್ರಮ
* ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ಭಾಷೆಯ ರಚನಾಕ್ರಮದ ಮಾದರಿಯನ್ನು ಕನ್ನಡದಲ್ಲಿ ಅನುಸರಿಸುವುದು
* ವ್ಯಾಕರಣ ನಿಯಮಗಳ ಸಡಿಲಿಕೆ
* ಮಿಶ್ರ ಭಾಷಾ ಬಳಕೆ
* ಪರಂಪರಾಗತವಾದ ದ್ವಿಸ್ತರ ರೂಢಿಗಳ ಉಲ್ಲಂಘನೆ"[೬]

ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿ ಆಧುನೀಕರಣ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಕೇವಲ ಪದರಚನೆ ಹಂತದಲ್ಲಿ ಮಾತ್ರವೇ ಕಂಡು ಬರುತ್ತಿದ್ದು ಕ್ವಚಿತ್ತಾಗಿ ವಾಕ್ಯದ ಹಂತದಲ್ಲಿ ನಡೆಯುತ್ತಿದೆ. ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿ ಉಂಟಾಗುತ್ತಿರುವ ಆಧುನೀಕರಣ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಕೆಲವು ಅಂಶಗಳ ಮೂಲಕ ವಿವರವಾಗಿ ತಿಳಿಯಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಅ. ಶಬ್ದ ಕೋಶದ ವಿಸ್ತರಣೆ :

ಬ. ನುಡಿ ಬೆರಕೆ (Code Mixing)

ಕ. ನುಡಿ ಪಲ್ಲಟ (Dode Switching)

ಅ. ಶಬ್ದಕೋಶದ ವಿಸ್ತರಣೆ

ಭಾಷೆಯು ಸಮಾಜದ ಜೀವನಾಡಿ. ಒಂದು ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿನ ಶಬ್ದಕೋಶಗಳು ಸಮಾಜದ ಬದಲಾದ ಅಗತ್ಯ ಅನಿವಾರ್ಯತೆಗಳಿಗೆ ತಕ್ಕಂತೆ ವಿಸ್ತರಣೆಗೊಳ್ಳುತ್ತಾ ಇರುತ್ತದೆ. ಶಬ್ದಕೋಶದ ವಿಸ್ತರಣೆಯು ಭಾಷೆಯ ಬೆಳವಣಿಗೆಯ ಲಕ್ಷಣಗಳಲ್ಲಿ ಮುಖ್ಯವಾದುದು. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಒಂದು ಭಾಷೆಯ ಶಬ್ದಕೋಶದ ವಿಸ್ತರಣೆಯಲ್ಲಿ ಮಹತ್ವದ ಪಾತ್ರವಹಿಸುತ್ತದೆ. ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ಶಬ್ದಕೋಶದ ವಿಸ್ತರಣೆಯಾಗುವಲ್ಲಿ ಅನ್ಯಭಾಷಾ ಪದ ಸ್ವೀಕರಣ, ಪಾರಿಭಾಷಿಕ ಪದಗಳ ನಿರ್ಮಾಣ ಮತ್ತು ನವಪದ ನಿರ್ಮಾಣವು ಪ್ರಮುಖವಾಗಿ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ.

ಬ. ಅನ್ಯಭಾಷಾ ಪದಗಳ ಸ್ವೀಕರಣ :

ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ಆಧುನೀಕರಣ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಶಬ್ದಕೋಶದ ವಿಸ್ತರಣೆ ಉಂಟಾಗಲು ಅನ್ಯಭಾಷೆಯ ಪದಗಳ ಸ್ವೀಕಾರ ಕ್ರಿಯೆ ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ಕಂಡುಬರುತ್ತದೆ. ಸ್ವೀಕರಣವು ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆ ಹೊಸದಾದುದಲ್ಲ. ಕನ್ನಡಕ್ಕೆ ಸಂಸ್ಕೃತ, ಪ್ರಾಕೃತ, ಪೋರ್ಚುಗೀಸ್, ಅರೇಬಿಕ್, ಪಾರಸಿ, ಹಿಂದುಸ್ಥಾನಿ, ಹಿಂದಿ, ಮರಾಠಿ, ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ಮತ್ತು ದ್ರಾವಿಡ ಭಾಷೆಗಳಿಂದ ಅನೇಕ ಶಬ್ದಗಳನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಿದೆ. ಒಂದು ಭಾಷಿಕ ವಲಯವು ರಾಜಕೀಯ, ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ, ವಾಣಿಜ್ಯ, ಸಂಪರ್ಕದಿಂದಾಗಿ ಮತ್ತೊಂದು ಭಾಷೆಯೊಂದಿಗೆ - ಭಾಷಿಕ ಸಮುದಾಯದೊಂದಿಗೆ ಬೆರೆತಾಗ ಅವುಗಳ ಪ್ರಭಾವದಿಂದ ಅನ್ಯಭಾಷಾ ಪದಗಳ ಸ್ವೀಕರಣ ನಡೆಯುತ್ತದೆ. ಇಂತಹ ಪದಗಳನ್ನು ಎರವಲು ಪದಗಳೆಂದೂ ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ.

"ನಾವು ಆಡುವ ಭಾಷೆಗೆ ಬೇರೊಂದು ಭಾಷೆಯಿಂದ ಬಂದು ಸೇರಿಕೊಂಡು ನಮಗೆ ಪ್ರಯೋಜನವಾಗಿರುವ ಪದಗಳನ್ನು ಎರವಲು ಪದಗಳು"[೨] ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗುವುದೆಂದು ಜಿ. ವೆಂಕಟಸುಬ್ಬಯ್ಯ ಹೇಳುತ್ತಾರೆ. ಅನ್ಯ ಭಾಷಾ ಪದಗಳ ಸ್ವೀಕರಣದಲ್ಲಿ ಮೂಲಭಾಷೆಯ ಧ್ವನಿ ಮತ್ತು ಆಕೃತಿ ಹಾಗೇ ಇರುವಂತೆ ಕೆಲವು ಪದಗಳನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಉದಾ : ಸರಂಜಾಮು, ಸವಲತ್ತು, ಸರಹದ್ದು ಇತ್ಯಾದಿ. ಎರವಲು ಪಡೆಯುವಾಗ ಅನ್ಯ ಭಾಷಾ ಶಬ್ದದ ಅರ್ಥಕ್ಕೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಸ್ವಲ್ಪ ಮಾರ್ಪಾಡಿನೊಂದಿಗೆ ಶಬ್ದ ಸ್ವೀಕರಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಉದಾ :ಅಮಲು, ಇನಾಮು, ಐಬು ಮುಂತಾದವು. ಇನ್ನೂ ಕೆಲವು ಪದಗಳನ್ನು ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ಜಾಯಮಾನಕ್ಕೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಸ್ವೀಕರಿಸಿ ಮಾರ್ಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ. ಉದಾ : ಸ್ಕೂಲು, ಬಸ್ಸು, ಪಾಸು, ಅಂಕಲ್ಲು, ಆಫೀಸರು... ಇತ್ಯಾದಿ ಪದಗಳು.

ಎರವಲು ಪದಬಳಕೆಯು ಸರಳವು. ಸುಲಭವೂ ಹಾಗೂ ನೇರವೂ ಆಗಿರುವ ಕಾರಣ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಈ ವಿಧಾನವನ್ನು ಹೆಚ್ಚು ಅವಲಂಬಿಸುತ್ತವೆ.

ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಬಳಸಿದ ಅನ್ಯ ಭಾಷೆಯ ಕೆಲವು ಪದಗಳು ಹೀಗಿವೆ.

ಚೆಕ್ಕು

ಫೈಲು

ಖರ್ಚು

ಅಂದಾಜು

ಪಿಂಚಣಿ

ಸಬ್ಸಿಡಿ

ನಾಜೂಕು ಮೊದಲಾದ ಪದಗಳು

ಇಂತಹ ಪದಗಳು ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಮಾತ್ರವಲ್ಲದೆ ಜನಸಾಮಾನ್ಯರ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆಯಲ್ಲೂ ಕಾಣಬಹುದಾಗಿದೆ. ದಿನನಿತ್ಯದ ಸಂವಹನದಲ್ಲಿ ಇಂತಹ ಎರವಲು ಪದಗಳು ಲೀಲಾಜಾಲವಾಗಿ ಬಳಕೆಯಾಗುತ್ತಿವೆ. ಅನ್ಯಭಾಷಾ ಪದಗಳ ಬಳಕೆ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಿಗೆ ಅನಿವಾರ್ಯವಾದುದು. ಅವುಗಳನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಿ, ಬಳಸಿ, ಪ್ರಚಾರ ನೀಡುವ ಕಾರಣ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಿಂದ ಭಾಷೆಯ ಶಬ್ದಕೋಶ ನಿರಂತರವಾಗಿ ವಿಸ್ತಾರವಾಗುತ್ತಿದೆ.

ಕ. ನವಪದ ನಿರ್ಮಾಣ

ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಅನ್ಯಭಾಷೆಯ ಪದವನ್ನು ಆಧರಿಸಿ ಕನ್ನಡದ ಜಾಯಮಾನಕ್ಕೆ ಹೊಂದುವಂತೆ ಹೊಸ ಪದವನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿಸುತ್ತಿರುತ್ತವೆ. ಅಲ್ಲದೆ ಭಾಷಾಂತರದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿಯೂ ಕೂಡಾ ಅನೇಕ ಹೊಸ ಪದಗಳು ನಿರ್ಮಾಣಗೊಂಡು ಪದಕೋಶಕ್ಕೆ ಸೇರ್ಪಡೆಯಾಗುತ್ತದೆ.

ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಅನ್ಯಭಾಷೆಯ ಪದಗಳಿಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಕನ್ನಡದ ಜಾಯಮಾನಕ್ಕೆ ತಕ್ಕಂತೆ ನಿರ್ಮಾಣಮಾಡಿಕೊಂಡು ಕೆಲವು ಪದಗಳು ಹೀಗಿವೆ.

Ammendment	-	ತಿದ್ದುಪಡಿ
Channel	-	ವಾಹಿನಿ
Library	-	ಗ್ರಂಥಾಲಯ
Slum	-	ಕೊಳಗೇರಿ
Voting	-	ಮತದಾನ
Zoo	-	ಮೃಗಾಲಯ

ಈ ರೀತಿ ಹೊಸ ಪದಗಳನ್ನು ಮಾತ್ರವಲ್ಲದೆ ಇಂದು ಆಧುನಿಕ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ನುಡಿಗಟ್ಟುಗಳನ್ನೂ ಕನ್ನಡಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ನಿರ್ಮಾಣ ಮಾಡುತ್ತಿವೆ. ಇದನ್ನು ಕನ್ನಡೀಕರಿಸುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯೆಂದು ಎಸ್.ಎನ್. ಶ್ರೀಧರ್‌ರವರೂ ಸಹ ಗುರುತಿಸುತ್ತಾರೆ.

Take Seriously	-	ಗಂಭೀರವಾಗಿ ತೆಗೆದು ಕೋ
Take action	-	ಕ್ರಮ ಕೈಗೊಳ್ಳು

Go on leave	-	ರಜೆ ಮೇಲೆ ಹೋಗು
Work to Rule	-	ನಿಯಮದಷ್ಟೇ ಕೆಲಸ
Pen down strike	-	ಲೇಖನಿ ಸ್ಥಗಿತ ಮುಷ್ಕರ
No Addmission without permission	-	ಅಪ್ಪಣೆ ಇಲ್ಲದೆ ಪ್ರವೇಶವಿಲ್ಲ

ಪದಗಳು, ನುಡಿಗಟ್ಟಿನ ಪದಗಳೊಂದಿಗೆ ಪದಗುಚ್ಛಗಳೂ ಕನ್ನಡಕ್ಕೆ ಭಾಷಾಂತರಗೊಳ್ಳುವ ಮೂಲಕ ಹೊಸಪದಗಳನ್ನು ನಿರ್ಮಾಣಗೊಳಿಸುತ್ತದೆ. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಿಂದ ಭಾಷಾಂತರದ ಮೂಲಕ ಕನ್ನಡೀಕರಣಗೊಂಡ ಕೆಲವು ಪದಗಳು ಈ ರೀತಿ ಇವೆ.

Anticipatary Bail	-	ನಿರೀಕ್ಷಣಾ ಜಾಮೀನು
Freedom of press	-	ಪತ್ರಿಕಾ ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯ
Under world	-	ಭೂಗತ ಜಗತ್ತು
Rolling plan	-	ಆವರ್ತ ಯೋಜನೆ
Unbeaten Century	-	ಅಜೇಯ ಶತಕ

ಕನ್ನಡದಲ್ಲಿ ರಚನೆಯಾಗುತ್ತಿರುವ ನವಪದಗಳಲ್ಲಿ 'ಈಕರಣ' ಪ್ರತ್ಯಯ ಸೇರಿದ ಅನೇಕ ಪದಗಳು ಮುಖ್ಯವಾಗಿವೆ. ಇವು ಇಂಗ್ಲೀಷಿನ 'ಐಸೇಶನ್' ಪ್ರತ್ಯಯಕ್ಕೆ ಸಂವಾದಿಯಾಗಿ ಮಾಧ್ಯಮ 'ಈಕರಣ' ಪ್ರತ್ಯಯ ಸೇರಿಸಿ ಅನೇಕ ಪದಗಳನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿಸಿವೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ

Globalisation	-	ಜಾಗತೀಕರಣ
Urbanisation	-	ನಗರೀಕರಣ
Polarisation	-	ಧ್ರುವೀಕರಣ
Libralisation	-	ಉದಾರೀಕರಣ
Computarisation	-	ಕಂಪ್ಯೂಟರೀಕರಣ (ಗಣಕೀಕರಣ)

ಈ ರೀತಿ ಅನೇಕ ಪದಗಳನ್ನು ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಅದರಲ್ಲೂ ಪತ್ರಿಕೆಗಳು ನಿರ್ಮಾಣ ಮಾಡುತ್ತಿವೆ. ಆದರೆ ನಿರ್ಮಾಣಗೊಂಡ ಪದಗಳೆಲ್ಲಾ ಚಾಲನೆ ಪಡೆಯಲಾರವು. ಬಳಕೆಯಲ್ಲಿ ಉಳಿದರೆ ಮಾತ್ರವೇ ಪದಗಳಿಗೆ ಮೌಲ್ಯ. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ನಿರ್ಮಾಣಗೊಂಡ ಅನೇಕ ಹೊಸ ಪದಗಳು ಉಳಿಯದೇ ಇರುವುದನ್ನು ಕಾಣಬಹುದು.

ಉದಾಹರಣೆಗೆ : 'XEROX'ಗೆ 'ನೆರಳಚ್ಚು' ಪದವನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿಸಲಾಯಿತಾದರೂ ಅದು ಬಳಕೆಯಲ್ಲಿ ಉಳಿಯಲಿಲ್ಲ. ಹಾಗೆಯೇ ವಿಕೆಟ್ ಕೀಪರ್‌ಗೆ 'ಗೂಟ ರಕ್ಷಕ' ಪದವನ್ನು ಬಳಸಿದರೂ ಅದೂ ಕೂಡಾ ಬಳಕೆಯಲ್ಲಿ ಉಳಿದುಕೊಳ್ಳಲಿಲ್ಲ.

ಆಧುನೀಕರಣ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಎಲ್ಲಾ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲೂ ಕಂಡುಬರುವ ಕಾರಣ ಎಲ್ಲಾ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳಿಗೆ ಹೊಸ ಪದಗಳು ಬಂದುಸೇರುತ್ತವೆ. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳೂ ಕೂಡಾ ಎಲ್ಲಾ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುವ ಕಾರಣ ವಿವಿಧ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳಲ್ಲಿಯೂ ಹೊಸ ಪದಗಳನ್ನು ಬಳಸುವುದನ್ನು ನಾವು ಕಾಣಬಹುದು. ಕ್ರೀಡಾಕ್ಷೇತ್ರಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಇರುವ ವರದಿ - ಸುದ್ದಿ ಮಂಡನೆಯಲ್ಲಿ ಅನ್ಯಭಾಷೆ ಪದಗಳ ಸ್ವೀಕಾರವು ನವಪದ ನಿರ್ಮಾಣವು ಅಲ್ಲದೆ ಖಾಸಗೀವಾಹಿನಿಗಳಲ್ಲಿ ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ಕಂಡುಬರುವುದನ್ನು ನಾವು ಗಮನಿಸಬಹುದು.

ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಕೆಲವು ವರದಿಗಳನ್ನು ಗಮನಿಸೋಣ :

* ಭಾರತದ ನೆಚ್ಚಿನ ತಾರೆ ಸೈನಾ ನೆಹವಾಲ್ ವಿಶ್ವದ ಬ್ಯಾಡ್ಮಿಂಟನ್ ಚಾಂಪಿಯನ್ ಶಿಪ್‌ನಲ್ಲಿ ಕ್ವಾರ್ಟರ್ ಫೈನಲ್‌ಗೆ ತಲುಪಿದ್ದಾರೆ. ಸೈನಾ ಮೊದಲ ಸೆಟ್ ಸೋತು ಮುಂದಿನ ಎರಡು ಸೆಟ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ವಿಜಯ ಸಾಧಿಸಿದರು (ವಿಜಯ ಕರ್ನಾಟಕ ದೈನಿಕ, ೧೪.೮.೦೯, ಪು. ೧೬)

* ಬಾಂಗ್ಲಾ ದೇಶದಲ್ಲಿ ನಡೆಯುತ್ತಿರುವ ಜಿಂಬಾಂಬ್ವೆ ವಿರುದ್ಧದ ಏಕದಿನ ಕ್ರಿಕೆಟ್ ಸರಣಿಯ ಮೊದಲ ಪಂದ್ಯದಲ್ಲಿ ಎಂಟು ವಿಕೆಟ್‌ಗಳ ಸುಲಭ ಗೆಲುವು ಸಾಧಿಸಿದ್ದಾರೆ (ಪ್ರಜಾವಾಣಿ, ದೈನಿಕ, ೧೦.೮.೦೯, ಪು. ೧೨)

ಈ ಕ್ರೀಡಾ ವರದಿಗಳನ್ನು ಗಮನಿಸಿದಾಗ ಬ್ಯಾಡ್ಮಿಂಟನ್, ಚಾಂಪಿಯನ್ ಶಿಪ್, ಕ್ವಾರ್ಟರ್ ಫೈನಲ್, ಸೆಟ್, ಏಕದಿನ ಕ್ರಿಕೆಟ್, ವಿಕೆಟ್ ಮೊದಲಾದ ಪದಗಳು ಕನ್ನಡ ಪದಗಳಂತೆಯೇ ವರದಿಯಲ್ಲಿ ಬಳಕೆಯಾಗಿವೆ. ಓದುಗರೂ ಕೂಡಾ ಯಾವುದೇ ಗೊಂದಲವಿಲ್ಲದೆ ಓದಿ ಗ್ರಹಿಸುತ್ತಾರೆ.

ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಪದಕೋಶಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಉಂಟಾಗುತ್ತಿರುವ ಮತ್ತೊಂದು ಪ್ರಮುಖ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯೆಂದರೆ ಪದಗಳ ಅರ್ಥ ವಿಸ್ತರಣೆ. ಅಂದರೆ ಒಂದು ವೃತ್ತಿಗೆ ಒಂದು ಕ್ಷೇತ್ರಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಪದಗಳು ತಮ್ಮ ವಾಚ್ಯಾರ್ಥವನ್ನು ಮೀರಿ ಲಕ್ಷಣಾರ್ಥವನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುವುದು. ಈ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯು ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ.

ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಕೆಲವು ಮಾದರಿಗಳನ್ನು ಗಮನಿಸೋಣ.

೧. ಶಾಸ್ತ್ರೀಯ ಸಂಗೀತ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಮಹತ್ವದ <u>ಕೃಷಿ</u> ನಡೆಸಿದ ಗಂಗೂಬಾಯಿ ಹಾನಗಲ್‌ರವರು ನಮ್ಮನ್ನಗಲಿದ್ದಾರೆ.

೨. ಶಾಸ್ತ್ರಿಗಳ ಗಡ್ಡ <u>ಹುಲು</u>ಸಾಗಿ ಬೆಳೆದಿದೆ.

ಈ ಉದಾಹರಣೆಗಳಲ್ಲಿ ಕೃಷಿ ಕ್ಷೇತ್ರಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಪದಗಳು ತಮ್ಮ ಅರ್ಥ ವಿಸ್ತರಣೆಯನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಂಡು ಬಳಕೆಯಾಗಿವೆ. ಈ ರೀತಿಯ ಭಾಷಾ ಬಳಕೆ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಾದ ಪತ್ರಿಕೆ, ರೇಡಿಯೋ, ದೂರದರ್ಶನ ಮತ್ತು ಚಲನಚಿತ್ರಗಳಲ್ಲಿ ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ಕಂಡುಬರುತ್ತದೆ.

ಬ. ನುಡಿ ಬೆರಕೆ ಅಥವಾ ನುಡಿ ಮಿಶ್ರಣ (Code Mixing)

ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ನಡೆಯುತ್ತಿರುವ ಭಾಷೆಯ ಮತ್ತೊಂದು ಆಧುನೀಕರಣ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯೆಂದರೆ ನುಡಿ ಬೆರಕೆ ಅಥವಾ ನುಡಿ ಮಿಶ್ರಣ. ಒಂದು ಭಾಷೆಗೆ ಮತ್ತೊಂದು ಭಾಷೆಯ ಸಂಪರ್ಕ ಹೆಚ್ಚಿದಂತೆಲ್ಲಾ ಭಾಷಾ ಮಿಶ್ರಣವು ಸಹಜವಾಗುತ್ತದೆ. ಒಂದು ಭಾಷೆಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ಭಾಷೆಗಳು ಒಂದು ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಬಳಕೆಯಲ್ಲಿರುವಾಗ, ಭಾಷೆಯನ್ನು ಬಳಸುವ ವ್ಯಕ್ತಿಯು ಭಾಷೆಯನ್ನು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಮಿಶ್ರಣಗೊಳಿಸುತ್ತಾನೆ. ಈ ರೀತಿಯ ನುಡಿ ಬೆರಕೆಯು ದ್ವಿಭಾಷಿಕ ಇಲ್ಲವೆ ಬಹುಭಾಷಿಕ ಪರಿಸರದಲ್ಲಿ ಸಂವಹನವನ್ನು ಸುಲಭವೂ ಸರಳವೂ ಗೊಳಿಸುತ್ತದೆ.

"ಒಂದು ಇಲ್ಲವೇ ಒಂದಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ಭಾಷೆಗಳಲ್ಲಿ ಒಂದರ ಘಟಕವನ್ನು ಇನ್ನೊಂದಕ್ಕೆ ರವಾನಿಸುತ್ತಾ, ಮತ್ತೊಂದನ್ನು ನಿಯಂತ್ರಿತ ಅಥವಾ ಅಷ್ಟೇನೂ ನಿಯಂತ್ರಿತವಲ್ಲದ ಭಾಷಿಕ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ರೂಪಿಸುವುದು" (ಕಾಮ್ರು ೧೯೭೮) ಎಂದು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸುತ್ತಾರೆ.[೨] ನುಡಿಬೆರಕೆಯು ಒಂದು ವಾಕ್ಯದೊಳಗೇ ನಡೆಯುವಂತಹ ಕ್ರಿಯೆಯಾಗಿದೆ. ಒಂದೇ ವಾಕ್ಯದೊಳಗೆ ಒಂದು ಭಾಷೆಯಿಂದ ಮತ್ತೊಂದು ಭಾಷೆಗೆ ಬದಲಾಗುತ್ತಾ ಮಾತನಾಡುವುದು. ನುಡಿಬೆರಕೆಯ ಮುಖ್ಯ ಲಕ್ಷಣವಾಗಿದೆ. ನುಡಿ ಬೆರಕೆಯಲ್ಲಿ ನಾಮಪದಗಳು, ಕ್ರಿಯಾಪದಗಳು, ಗುಣವಾಚಕಗಳು, ಅವ್ಯಯಗಳು, ನಾಮಕ್ರಿಯೆ ಪುಂಜಗಳು, ಕ್ರಿಯಾ ಪುಂಜಗಳು ಒಂದರಲ್ಲಿ ಒಂದು ಬೆರೆತು ಬಳಕೆಯಾಗುತ್ತವೆ. ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ನಾಮಪದಗಳು ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ನುಡಿ ಬೆರಕೆಯಲ್ಲಿ ಕಂಡು ಬರುತ್ತವೆ.

ನುಡಿಬೆರಕೆ ಮತ್ತು ಭಾಷಾ ಸ್ವೀಕರಣವು ಒಂದೇ ರೀತಿಯ ಭಾಷಿಕ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಎನಿಸಬಹುದು. ಆದರೆ ಅವೆರಡರ ನಡುವೆ ವ್ಯತ್ಯಾಸವುಂಟು. ಸ್ವೀಕರಣ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಒಂದು ವಸ್ತು, ವಿಷಯವನ್ನು ಗುರುತಿಸಲು ಕನ್ನಡದಲ್ಲಿ ಸಮಾನವಾದ ಪದವಿಲ್ಲದ ಅನಿವಾರ್ಯದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಅನ್ಯ ಭಾಷೆಯಿಂದ ಪದವನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಆದರೆ ನುಡಿ ಮಿಶ್ರಣದಲ್ಲಿ ಬಳಸುವ ಬೇರೆ ಭಾಷೆಯ ಪದಗಳಿಗೆ, ಪದಪುಂಜಗಳಿಗೆ ಸಂವಾದಿಯಾದ, ಸಮರ್ಪಕವಾದ, ಸಮಾನಾರ್ಥಕವಾದ ಪದ, ಪದಪುಂಜಗಳು ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆ ಹೊಂದಿರುತ್ತದೆ. ಆದರೂ ಬೇರೆ ಬಾಷೆಯ ಪದಗಳನ್ನು ಅವುಗಳ ಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿ ಉಪಯೋಗಿಸುವುದು. ಭಾಷಾ ಸ್ವೀಕರಣದಲ್ಲಿ ಬಳಕೆದಾರನಿಗೆ ಒಂದು ಭಾಷೆ ತಿಳಿದಿದ್ದರೆ ಸಾಕು. ಆದರೆ ನುಡಿ ಮಿಶ್ರಣದಲ್ಲಿ ಮಾತನಾಡುವವರಿಗೆ, ಬಳಸುವವರಿಗೆ ಮೂಲಭಾಷೆ ಮತ್ತು ಮಿಶ್ರವಾಗುವ ಭಾಷೆ ಎರಡರ ಅರಿವೂ ಇರಬೇಕು.

ಈಗಾಗಲೇ ತಿಳಿದಿರುವಂತೆ ಆಧುನೀಕರಣವು ತನ್ನಿಂತಾನೇ ನಡೆಯುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ. ನುಡಿ ಬೆರಕೆಯೂ ಕೂಡಾ ಯೋಜಿತವಲ್ಲ. ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯು ಇತರ ಭಾಷಾ ಸಮುದಾಯದೊಂದಿಗೆ ಸಂಪರ್ಕ ಸಾಧಿಸಿದಾಗ ನುಡಿ ಬೆರಕೆ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಸಹಜವಾಗಿ ನಡೆಯುತ್ತದೆ. ಸಾಮಾಜಿಕ ವಲಯದಲ್ಲಿ ಅತ್ಯಂತ ಪ್ರಭಾವಯುತವಾದ ಭಾಷೆಯು ಮೂಲಭಾಷೆಯ ವಾಕ್ಯಗಳೊಂದಿಗೆ ಸೇರಿ ನುಡಿಬೆರಕೆಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ. ಕನ್ನಡದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಅತ್ಯಂತ ಪ್ರಭಾವಯುತವಾದ ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ಭಾಷೆಯ ಪದಗಳು ಕನ್ನಡದ ವಾಕ್ಯಗಳ ನಡುವೆ ಯಥೇಚ್ಛವಾಗಿ ಕಂಡು ಬರುತ್ತಲಿವೆ.

ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ನುಡಿ ಬೆರಕೆ ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ಕಂಡುಬರುತ್ತದೆ. ನುಡಿಬೆರಕೆ ಬರಹಕ್ಕಿಂತಲೂ ಮಾತಿನಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಕಂಡುಬರುವುದನ್ನು ನಾವು ಕಾಣುತ್ತೇವೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಬರಹವನ್ನು ಆಧರಿಸಿರುವ ಪತ್ರಿಕೆಗಳಿಗಿಂತ

ಶ್ರವ್ಯವನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿರುವ ರೇಡಿಯೋ, ದೂರದರ್ಶನ ಮತ್ತು ಚಲನಚಿತ್ರ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ನುಡಿಬೆರಕೆಯು ಕಂಡುಬರುತ್ತದೆ. ಮೌಖಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ನುಡಿಬೆರಕೆಯನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತವೆ. ರೇಡಿಯೋ ದೂರದರ್ಶನಗಳಲ್ಲಿ ಸರ್ಕಾರಿ ಸ್ವಾಮ್ಯದ ವಾಹಿನಿಗಳಲ್ಲಿ ಈ ರೀತಿಯ ನುಡಿಬೆರಕೆಗೆ ಅವಕಾಶವಿಲ್ಲ. ಕಾರಣ ಸರ್ಕಾರ ಭಾಷೆ ಬಳಕೆಯ ಮೇಲೆ ಕೆಲವು ನಿಯಂತ್ರಣಗಳನ್ನು ಹೇರಿರುತ್ತದೆ. ಆದರೆ ಖಾಸಗೀ ವಾಹಿನಿಗಳಿಗೆ ಭಾಷಾ ಬಳಕೆಯ ಮೇಲೆ ಯಾವುದೇ ನಿಯಂತ್ರಣವಿಲ್ಲದ ಕಾರಣ ರೇಡಿಯೋ ಜಾಕಿಗಳು, ವಿಡಿಯೋ ಜಾಕಿಗಳು, ಚಲನಚಿತ್ರ ಸಂಭಾಷಣೆಗಳಲ್ಲಿ ನುಡಿಬೆರಕೆಯ ಅಂಶಗಳು ಹೇರಳವಾಗಿ ಕಂಡುಬರುತ್ತದೆ. ಇಂದು ಕನ್ನಡದ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳಲ್ಲಿ ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ಭಾಷೆಯ ಪದಗಳ ಬಳಕೆಯು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಕಂಡುಬರುತ್ತಿರುವ ಆಧುನೀಕರಣ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಾಗಿದೆ.

ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿ ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ಮತ್ತು ಹಿಂದಿ ಭಾಷೆಯ ಪದಗಳನ್ನು ಸೇರಿಕೊಂಡು ನಿರರ್ಗಳವಾಗಿ ಮಾತನಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ಭಾಷೆಯ ಪದಗಳು ಈ ರೀತಿ ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯೊಂದಿಗೆ ಸೇರಿಹೋಗಲು ಹಲವು ಕಾರಣಗಳಿವೆ. ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ಪದಬಳಕೆಯು ಸಾಮಾಜಿಕ ಅಂತಸ್ತನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುತ್ತದೆ ಎಂಬ ಭಾವನೆ, ಕನ್ನಡದ ಕೆಲವು ಪದ ಬಳಕೆ ಅಸಹ್ಯವೆನಿಸುವುದೂ ಕೂಡಾ ಆ ಪದಗಳ ಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿ ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ಪದಗಳನ್ನು ಮುಜುಗರವಿಲ್ಲದೆ ಬಳಸಲಾಗುತ್ತೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಲೂಸ್‌ಮೋಷನ್, ವಾಮಿಟ್, ಪ್ರೆಗ್ನೆಂಟ್ ಇತ್ಯಾದಿ. ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ಭಾಷೆ ಪ್ರಭಾವ ಹೆಚ್ಚುತ್ತಿರುವ ಕಾರಣ ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ಸೂಕ್ತವಾದ ಕನ್ನಡ ಪದ ಹೊಳೆಯದೇ ಹೋದಾಗ ಕೂಡಾ ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ಪದಗಳನ್ನು ಬಳಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಇಂತಹ ಸಂದರ್ಭವು ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ಹೆಚ್ಚು ಮಾತನಾಡುವ ಪರಿಸರ ಮತ್ತು ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆ ಪೂರ್ಣ ತಿಳಿದಿಲ್ಲದವರಲ್ಲಿ ಕಂಡುಬರುತ್ತದೆ. ಇದಲ್ಲದೆ ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆ ಬಳಸುವಲ್ಲಿ ತೋರುವ ಕೀಳರಿಮೆ ಮತ್ತು ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ಭಾಷೆ ಬಳಕೆಯ ಕಡೆಗಿನ ಒಲವು ಕೂಡಾ ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿ ಇಂಗ್ಲಿಷ್ ಪದಗಳ ನುಡಿಬೆರಕೆಗೆ ಕಾರಣವಾಗಿರುತ್ತದೆ.

ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ನಾಮಪದಗಳು ಕನ್ನಡದಲ್ಲಿ ಸ್ವರಾಂತಗೊಂಡು ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ಬಳಕೆಯಾಗುತ್ತವೆ. ಉದಾ : ಬಸ್ಸು, ಪೆನ್ನು, ಟೈಮು, ಲೈಟು, ಸ್ಕೂಲು ಇತ್ಯಾದಿ ಇಂತಹ ಪದಬಳಕೆ ಮಾತಿನ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಕಂಡುಬರುತ್ತವೆ.

ಇಂಗ್ಲೀಷ್‌ನ ನಾಮಪದಗಳೊಂದಿಗೆ ಕನ್ನಡದ 'ಆಗು' ಮತ್ತು ಮಾಡು ಎಂಬ ಸಹಾಯಕ ಕ್ರಿಯಾಪದಗಳು ಸೇರಿಸಿಕೊಂಡು ಬಳಸುವುದನ್ನು ಕಾಣಬಹುದು. ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಭಾಷಾ ಬಳಕೆಯಲ್ಲಿ ಇದನ್ನು ಗುರುತಿಸಬಹುದು.

ಉದಾ :ಆನ್ ಮಾಡು, ಅಡ್ಜಸ್ಟ್ ಮಾಡು, ಪ್ಲೇ ಮಾಡು, ಫೇಲಾಗು, ರೆಡಿಯಾಗು ಇತ್ಯಾದಿ ಪದಗಳು.

ಝೀ ಕನ್ನಡ ವಾಹಿನಿಯಲ್ಲಿ ೯.೦೦ ಗಂಟೆಗೆ ಪ್ರಸಾರವಾಗುವ 'ಯಾರಿಗುಂಟು ಯಾರಿಗಿಲ್ಲ' ಎಂಬ ಆಟದಲ್ಲಿ ಬಿಡ್ ಮಾಡಿ ದುಡ್ ಮಾಡಿ ಎಂಬ ವಿಭಾಗವೇ ಇದೆ.

ಅಲ್ಲದೆ ಕರೆ ಮತ್ತು ಸಂದೇಶಗಳನ್ನು ಬಯಸುವ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳಲ್ಲಿ ಕಾಲ್ ಮಾಡಿ. ಎಸ್.ಎಂ.ಎಸ್. ಮಾಡಿ, ಮೆಸೇಜ್ ಮಾಡಿ ಇತ್ಯಾದಿ ಪದಗಳು ಬಳಕೆಯಾಗುತ್ತವೆ.

ಮುಂದಿನ ಉದಾಹರಣೆಯನ್ನು ಗಮನಿಸೋಣ.

ಈ ಟಿ.ವಿ.ಯ ಸವಿರುಚಿ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದಲ್ಲಿ ನಿರೂಪಕಿಯ ಭಾಷಾ ಬಳಕೆ ಶೈಲಿ ಹೀಗಿದೆ.

"ಸವಿರುಚಿ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದಲ್ಲಿ Cookery queen contest ನಡೀತಾ ಇದೆ. Apply ಮಾಡಿದ Participateಗಳ Short list ready ಮಾಡಿ select ಮಾಡಲಾಗಿದೆ... Welcome to our show Madam... ಹೀಗೆ ಮುಂದುವರೆಯುವ ಈ ನಿರೂಪಣೆಯಲ್ಲಿ ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ಭಾಷೆಯ ಕ್ರಿಯಾಪದಗಳೊಂದಿಗೆ ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ಸಹಾಯಕ ಕ್ರಿಯಾಪದ ಸೇರಿಸಿ ಬಳಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಇಂತಹ ಭಾಷಾ ಮಿಶ್ರಣವು ರೇಡಿಯೋ ಮತ್ತು ವೀಡಿಯೋ ಜಾಕಿಗಳಲ್ಲಿ ನಿರೂಪಕರಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚು ಕಂಡುಬರುತ್ತದೆ.

ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ನಾಮಪದ ಮತ್ತು ಕನ್ನಡದ ಕ್ರಿಯಾಪದಗಳ ಬಳಕೆಯೇ ಹೆಚ್ಚು ಆದರೆ ಕನ್ನಡದ ನಾಮಪದ ಮತ್ತು ಇಂಗ್ಲಿಷ್‌ನ ಕ್ರಿಯಾಪದದ ಬಳಕೆ ಕಂಡುಬರುವುದಿಲ್ಲ.

ಉದಾ :	Call ಮಾಡು	Chair ಹಾಕು
	Photo ತೆಗಿ	Book ಕೊಡು
	TV ನೋಡು	ಕ್ಲಿಕ್ ಮಾಡು ಇತ್ಯಾದಿ
	Radio ಕೇಳು	

ನುಡಿಬೆರಕೆಯ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಗುಣವಾಚಕಗಳ ಬಳಕೆಯಲ್ಲಿಯೂ ಕೂಡಾ ವಿಶೇಷವಾದ ಬಳಕೆಯಿದೆ. ನಾಮಪದ ಮತ್ತು ಗುಣ ವಿಶೇಷಣ ಎರಡೂ ಕೂಡಾ ಯಾವುದಾದರೂ ಒಂದೇ ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿ ಬಳಕೆಯಾಗುತ್ತವೆ. ನಾಮಪದ ಒಂದು ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿ ಗುಣವಿಶೇಷಣ ಒಂದು ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿ ಬಳಕೆಯಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಉದಾ : old ಪುಸ್ತಕ, New ಮನೆ, Big ಅಣ್ಣ ಈ ರೀತಿ ಬಳಕೆಯ ಮಿಶ್ರಣ ಕಂಡು ಬರುವುದಿಲ್ಲ. ಬದಲಿಗೆ Old Book New House, Big Brother ಈ ರೀತಿ ಕಂಡುಬರುತ್ತದೆ.

ಇಂದು ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಕನ್ನಡಕ್ಕಿಂತಲೂ ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ಮತ್ತು ಇತರ ಭಾಷೆಯ ಗುಣವಿಶೇಷಣಗಳು ಬಳಕೆಯಾಗುವುದನ್ನು ಕಾಣಬಹುದು. ಉದಾ : ಇಂಪಾರ್ಟೆಂಟ್, ಅರ್ಜೆಂಟ್, ಗುಡ್, ಬ್ಯಾಡ್, ವಂಡರ್ ಪುಲ್, ನೈಸ್, ಬ್ಯೂಟಿಪುಲ್, ಎಕ್ಸಲೆಂಟ್, ಮೈಂಡ್ ಬ್ಲೋಯಿಂಗ್, ಫಂಟಾಸ್ಟಿಕ್ ಇಂತಹ ಪದಗಳಲ್ಲದೆ ಸೂಪರ್, ಸಖತ್, ಬೊಂಬಾಟ್, ಬಿಂದಾಸ್ ನಂ. ೧ ಮೊದಲಾದವುಗಳೂ ಬಳಕೆಯಾಗುತ್ತಿವೆ.

'ಸಖತ್ ಸಂಸ್ಕೃತ ಮಾತಾಡಿ' ಎಂಬ ಖಾಸಗೀ ರೇಡಿಯೋ ಬಂದರ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ, 'ಸಖತ್ ಸಿನಿಮಾ' - 'ಸೂಪರ್ ಸಂಸಾರ', 'ಸೂಪರ್ ಸಿಕ್ಸ್'ಗಳೆಂಬ ಖಾಸಗೀ ಟಿ.ವಿ. ವಾಹಿನಿಗಳ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳ ಶೀರ್ಷಿಕೆಗಳ ಉದಾಹರಣೆಯನ್ನು ಕಾಣಬಹುದು.

ಇಂಗ್ಲೀಷ್‌ನ ಪದಗಳು ಮಾತ್ರವಲ್ಲದೆ ಪದಗುಚ್ಛಗಳೂ ವಾಕ್ಯದಲ್ಲಿ ಬಳಕೆಯಾಗುವುದನ್ನು ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಗಮನಿಸಬಹುದು. ಉದಾ : any way, By the By, Most of all, for the first time, first of all, ಇಂತಹ ಪದಪುಂಜಗಳನ್ನು ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ನಿರೂಪಕರು ನಿರರ್ಗಳವಾಗಿ ಬಳಸಿಕೊಂಡು ಮಾತನಾಡುತ್ತಾರೆ. ಉದಾ : U೨ ವಾಹಿನಿಯಲ್ಲಿ ನಿರೂಪಕನ ಮಾತಿನ ಶೈಲಿ ಈ ರೀತಿ ಇತ್ತು (ಓಲ್ಡ್ ಈಸ್ ಗೋಲ್ಡ್ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ, ೨೬.೦೮.೦೯ ಮಧ್ಯಾಹ್ನ ೩.೦೦ ಗಂಟೆ).

Hello... ಯಾರು ಮಾತಾಡ್ತೀರೋದು... first of all ನಿಮ್ಮ ಹೆಸರು ಹೇಳಿ Sir. ಹೇಳಿ ಯಾವ ಹಾಡನ್ನು ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡೋಣ... Ok. any way ಕರೆ ಮಾಡಿದ್ದಕ್ಕೆ ಧನ್ಯವಾದಗಳು.... ಹೀಗೆ ನಿರೂಪಣೆ ಸಾಗಿತ್ತು. ಇಲ್ಲಿ ಪದಗುಚ್ಛಗಳೇ ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ಭಾಷೆಯವಾಗಿವೆ.

ಇದಲ್ಲದೆ ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ಭಾಷೆಯ ಪದಗಳು ಕನ್ನಡದಲ್ಲಿ ನುಡಿಮಿಶ್ರಣವಾಗುವಾಗ ಕನ್ನಡದ ಜಾಯಾಮಾನಕ್ಕೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುವುದನ್ನು ನಾವು ಕಾಣಬಹುದು. ಒಂದು ಸಂದರ್ಭವನ್ನು ಒತ್ತಿ ಹೇಳಲು ದ್ವಿರುಕ್ತಿಗಳ ಬಳಕೆ ಕನ್ನಡದಲ್ಲಿ ಸಾಮಾನ್ಯ, ಇಂಗ್ಲಿಷ್ ಪದಗಳನ್ನು ದ್ವಿರುಕ್ತಿಗಳಾಗಿ ಬಳಸುವುದನ್ನು ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಮಾತ್ರವಲ್ಲದೆ ಸಾಮಾನ್ಯ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆಯಲ್ಲೂ ಕಾಣಬಹುದು. ಉದಾ : ರಶ್ಯೋ ರಶ್ಯು, ಟೆನ್ನಸ್ನೋ ಟೆನ್ನನ್ನು ಡಿಮ್ಯಾಂಡೋ ಡಿಮ್ಯಾಂಡು ಮುಂತಾದವು.

ಈ ಟಿ.ವಿ. ವಾಹಿನಿಯಲ್ಲಿ ಡಿಮ್ಯಾಂಡಪ್ಪೋ ಡಿಮ್ಯಾಂಡು ಎಂಬ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ ಪ್ರತಿದಿನ ಪ್ರಸಾರವಾಗುತ್ತದೆ.

ಲವ-ಕುಶ ಕನ್ನಡ ಚಲನಚಿತ್ರದಲ್ಲಿನ 'Hotಪ್ಪ Hot ಸಕತ್ತು Hot' ಎಂಬ ಗೀತೆಯಲ್ಲಿ Hot ಪದದ ಎರಡು ಬಾರಿ ಬಳಕೆಯೂ ಸಹಾ ಕನ್ನಡದ ಜಾಯಮಾನಕ್ಕೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಬಳಕೆಯಾಗಿದೆ.

ನುಡಿಬೆರಕೆಯ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಆಗುತ್ತಿರುವ ಮತ್ತೊಂದು ರೀತಿಯ ಭಾಷಿಕ ಬಳಕೆಯೆಂದರೆ ಒಂದೇ ಅರ್ಥ ನೀಡುವ ಪದಗಳನ್ನು ಎರಡೂ ಭಾಷೆಗಳ ಪದಗಳನ್ನು ಬಳಸಲಾಗುವುದು. ಇಂಗ್ಲಿಷ್ ಪದ ಬಳಕೆ ನಂತರ ಕನ್ನಡದ ಸಂವಾದಿ ಪದವನ್ನು ಜೊತೆಯಲ್ಲಿಯೇ ಬಳಸುವುದು ರೂಢಿಯಲ್ಲಿದೆ ಅಲ್ಲದೆ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲೂ ಕಂಡುಬರುತ್ತಿದೆ.

ಉದಾ : But ಆದ್ರೆ

Same ಅದೇ ತರ

Ok Ok ಸರಿ ಸರಿ

ಇಂದು ನುಡಿ ಬೆರಕೆಯು ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಮಾತಿನ ರೂಪದಲ್ಲಿ ಒಂದು ಬಗೆಯಲ್ಲಿ ಕಂಡು ಬರುತ್ತಿದ್ದರೆ, ಬರಹದ ರೂಪದಲ್ಲಿ ಮತ್ತೊಂದು ರೀತಿ ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ. ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ಪದಗಳು ಕನ್ನಡದ ವಾಕ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ಬಳಕೆಯಾಗುವಾಗ ಮಾತಿನ ರೂಪದಲ್ಲಿ ಬೆರೆಯುವುದನ್ನು ಗಮನಿಸುತ್ತೇವೆ. ಪತ್ರಿಕೆಗಳು ಮತ್ತು ದೂರದರ್ಶನದ ತೆರೆ, ಚಲನಚಿತ್ರಗಳಲ್ಲಿನ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆಯನ್ನು ಬರಹದ ರೂಪದಲ್ಲೂ ಗುರುತಿಸಬಹುದು. ಇದುವರೆಗೂ ನುಡಿಮಿಶ್ರಣವು ಉಂಟಾಗುವಾಗ ಇಂಗ್ಲಿಷ್ ಪದ ಬಳಕೆ ಮಾಡಿದರೆ ಅದನ್ನು ಕನ್ನಡದ ಲಿಪಿಯಲ್ಲಿಯೇ ಬರೆಯಲಾಗುತ್ತಿತ್ತು.

ಉದಾ : Police - ಪೋಲಿಸ್

Super six - ಸೂಪರ್ ಸಿಕ್ಸ್

Top ten - ಟಾಪ್ ಟೆನ್

Quiz - ಕ್ವಿಜ್

Crime Story - ಕ್ರೈಂ ಸ್ಟೋರಿ

ಹೀಗೆ.

ಆದರೆ ಇಂದು ಬರಹದ ರೂಪದಲ್ಲಿಯೂ ನುಡಿಮಿಶ್ರಣ ಕಂಡು ಬರುತ್ತಿದೆ. ಖಾಸಗೀ ದೂರದರ್ಶನ ವಾಹಿನಿಗಳಲ್ಲಿ ಈ ರೀತಿಯ ನುಡಿಬೆರಕೆ ಕಂಡು ಬರುತ್ತಿದೆ. ಒಂದು ಪದಗುಚ್ಛದಲ್ಲಿ ಒಂದು ಪದ ಕನ್ನಡ ಲಿಪಿಯಲ್ಲಿಯೂ ಮತ್ತೊಂದು ಪದ ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ಲಿಪಿಯಲ್ಲಿಯೂ ಬಳಕೆಯಾಗುತ್ತಿರುವುದನ್ನು ಕಾಣಬಹುದು.

ಉದಾ : ಸಿನಿಮಾ Mirror

Super ಸಂಸಾರ

ಸುವರ್ಣ Theater ಇತ್ಯಾದಿ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳ ಶೀರ್ಷಿಕೆ.

Love ಗುರು ಚಲನಿಚತ್ರ ಶೀರ್ಷಿಕೆಗಳನ್ನು ಇಲ್ಲಿ ಉದಾಹರಣೆಯಾಗಿ ಕಾಣಬಹುದು.

ಹೀಗೆ ನುಡಿ ಮಿಶ್ರಣ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯು ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ನಡೆಯುತ್ತಿದೆ. ಅದರೊಂದಿಗೆ ಜನ ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿಯೂ ಕಂಡುಬರುತ್ತಿರುವುದನ್ನು ಗಮನಿಸಬಹುದು.

ಕ. ನುಡಿಪಲ್ಲಟ (Code Switching)

ನುಡಿ ಪಲ್ಲಟವು ದ್ವಿಭಾಷಿಕ ಸಮುದಾಯದಲ್ಲಿ ಕಂಡುಬರುವ ಆಧುನೀಕರಣಗೊಳ್ಳುತ್ತಿರುವ ಭಾಷಿಕ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ನುಡಿಪಲ್ಲಟವೂ ಕೂಡಾ ಯೋಜಿತವಾದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲ. ತಂತಾನೇ ನಡೆಯುವಂತದ್ದು. ನುಡಿ ಪಲ್ಲಟದಲ್ಲಿ ಒಂದು ಭಾಷೆ ಮತ್ತೊಂದು ಭಾಷೆಯೊಳಗೆ ಕೆಲಸ ಮಾಡದೆ, ಒಂದರ ಪಕ್ಕದಲ್ಲೊಂದು ಕೆಲಸ ಮಾಡುತ್ತವೆ. ನುಡಿಪಲ್ಲಟದ ವಾಕ್ಯ - ವಾಕ್ಯಗಳ ನಡುವೆ ನಡೆಯುವ ಕ್ರಿಯೆ. ನುಡಿಪಲ್ಲಟ ಸಂದರ್ಭ ಸನ್ನಿವೇಶವನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿರುತ್ತದೆ.

ಅಮೇರಿಕಾದ ಯೂರಿಯಲ್ ವೈನ್‌ರೈಖ್ ಎಂಬ ದ್ವಿಭಾಷಿಕ ಅಧ್ಯಯನ ವಿದ್ವಾಂಸರು "ಆದರ್ಶ ದ್ವಿಭಾಷಿ ಭಾಷಾ ಸಂದರ್ಭ (ವ್ಯಕ್ತಿ, ವಿಚಾರ, ಸ್ಥಳ) ಬದಲಾದಂತೆ ಒಂದು ಭಾಷೆಯಿಂದ ಇನ್ನೊಂದು ಭಾಷೆಗೆ ಬದಲಾಯಿಸುತ್ತಿರುತ್ತಾನೆ. ಸಂದರ್ಭ ಬದಲಾಗದಿದ್ದರೆ ಭಾಷೆಯನ್ನು ಬದಲಾಯಿಸುವುದಿಲ್ಲ"[೯] ಎಂಬ ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಪಡುವ ಮೂಲಕ ನುಡಿಪಲ್ಲಟ ಉಂಟಾಗಲು ಇರುವ ಕಾರಣಗಳನ್ನು ಸ್ಪಷ್ಟಪಡಿಸುತ್ತಾರೆ.

ನುಡಿಬೆರಕೆಯಲ್ಲಿ ಭಾಷೆ ಬಳಸುವವರಿಗೆ ಎರಡೂ ಭಾಷೆಗಳ ಭಾಷಾ ಸಾಮರ್ಥ್ಯದ ಅರಿವು ಇರಲೇಬೇಕಿಲ್ಲ. ಆದರೆ ನುಡಿಪಲ್ಲಟದಲ್ಲಿ ಭಾಷಿಕರು ದ್ವಿಭಾಷಿಕರಾಗಿರಲೇ ಬೇಕು.

ಹೆಚ್ಚಿನ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಭಾಷಿಕ ಸಮುದಾಯವು ಸಾಮಾಜಿಕವಾಗಿ ಮೇಲ್‌ಮುಖ ಚಲನೆ, ಆರ್ಥಿಕ ಸಫಲತೆ, ರಾಜಕೀಯ ಸ್ಥಾನಮಾನಗಳನ್ನೆಲ್ಲಾ ಪಡೆಯಲು ಆರಂಭಿಸುತ್ತದೆ. ಆಗ ಜಗತ್ತಿನ ಬಹುಸಂಖ್ಯಾತ ಭಾಷೆಯನ್ನು, ಜಾಗತಿಕ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಪ್ರಭುತ್ವ ಹೊಂದಿರುವ ಭಾಷೆಯ ಕಡೆಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಆಕರ್ಷಿತರಾಗುತ್ತಾರೆ. ಸಂವಹನಕ್ಕಾಗಿ ಬಹುಸಂಖ್ಯಾತರ ಭಾಷೆಯನ್ನು ಬಳಸಲು ಆರಂಭಿಸುತ್ತಾರೆ. ಆಗ ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿ ಪಲ್ಲಟಗಳು ಉಂಟಾಗಲು ಆರಂಭಿಸುತ್ತವೆ. ಉನ್ನತ ಶಿಕ್ಷಣ, ಸಾಮಾಜಿಕ, ರಾಜಕೀಯ, ಆರ್ಥಿಕ ಸ್ಥಾನಮಾನ ಪಡೆಯುವ

ಸಲುವಾಗಿ ದ್ವಿಭಾಷಿಕ ಪರಿಸರ ಉಂಟಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ದ್ವಿಭಾಷಿಕ ಸಮುದಾಯದಲ್ಲಿ ಭಾಷಾ ಪಲ್ಲಟ ನಡೆದು ಬಳಕೆದಾರರಿಗೆ ಎರಡೂ ಭಾಷೆಯ ಅರಿವು ಇರುತ್ತದೆ.

ನುಡಿ ಮಿಶ್ರಣದ ಬಗೆಗೆ ಹೇಳುತ್ತಾ ಎಸ್.ಎನ್. ಶ್ರೀಧರ್‌ರವರು "ಭಾಷಾ ಮಿಶ್ರಣ ಭಾಷೆಯ ಅಜ್ಞಾನದ ಪರಿಣಾಮವಲ್ಲ. ಇದು ಏಕಭಾಷಿಕ ಭಾಷಾ ಜ್ಞಾನಕ್ಕೂ ಮಿಗಿಲಾದ ಸೂಕ್ಷ್ಮ ಸೃಷ್ಟಿಶೀಲ ಸಂಕೀರ್ಣ ನಿಯಮಬದ್ಧ ವ್ಯಾಪಾರ"[೧೦] ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಡುತ್ತಾರೆ. ಹಾಗೇ ಭಾಷಾ ಪಲ್ಲಟವೂ ಕೂಡಾ ಒಂದು ನಿಯಮಬದ್ಧವಾದ ವ್ಯಾಪಾರ ಭಾಷಿಕ ವ್ಯಾಪಾರ.

ನುಡಿಪಲ್ಲಟ ವಾಕ್ಯ ವಾಕ್ಯಗಳ ನಡುವೆ ನಡೆಯುವ ಕಾರಣ ಸಂವಹನದಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸುವ ಇಬ್ಬರಿಗೂ ಎರಡೂ ಭಾಷೆಯ ಪದಗಳ ಮತ್ತು ವ್ಯಾಕರಣಾಂಶಗಳ ಅರಿವು ಇರುವುದು ಅತ್ಯಗತ್ಯ. ನುಡಿಪಲ್ಲಟ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯು ಬರಹಕ್ಕಿಂತ ಭಾಷೆಯ ಮಾತಿನ ರೂಪದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚು ಕಂಡು ಬರುತ್ತವೆ. ಸಾಹಿತ್ಯ ಕೃತಿಗಳಲ್ಲಿ, ಬರಹದಲ್ಲಿಯೂ ಕಂಡುಬರುವ ಉದಾಹರಣೆಗಳಿವೆ.

ರೇಡಿಯೋ - ದೂರದರ್ಶನದಲ್ಲಿ ಮಾತಿನ ಮಲ್ಲ - ಮಲ್ಲೆಯರು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ವಿರಾಮ ನೀಡುವ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ನುಡಿ ಪಲ್ಲಟ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗುತ್ತಾರೆ.

ಉದಾ :

Lets take a short break and come back

Lets take a short break and stay tuned.

ಇದಲ್ಲದೆ ಸ್ವಾಗತಿಸಲು, ಧನ್ಯವಾದ ತಿಳಿಸುವಾಗಲೂ ನುಡಿಪಲ್ಲಟಗಳುಂಟಾಗುತ್ತದೆ. Lets wellcome the participents to our show. Well come back for one and only game show for womens, thank you so much for calling. etc.,

ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ಒಂದು ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿ ಒಂದು ವಾಕ್ಯವನ್ನು ಬಳಸಿ ಅದನ್ನೇ ಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಅನುವಾದ ಮಾಡಿದಂತೆ ಅಂದರೆ ಅದೇ ಅರ್ಥವನ್ನು ನೀಡುವ ಮತ್ತೊಂದು ವಾಕ್ಯವನ್ನು ಬೇರೆ ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿ ಬಳಸುವುದು. ಇಲ್ಲಿ ಒಂದೇ ಅರ್ಥ ನೀಡುವ ಎರಡು ವಾಕ್ಯಗಳು ಬೇರೆ ಬೇರೆ ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿ ಬಳಸಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಉದಾ : Shall we meet tomorrow. ನಾವು ನಾಳೆ ಭೇಟಿ ಮಾಡೋಣ್ವಾ. Had your Tiffans. ನಿನ್ನ ತಿಂಡಿ ಆಯ್ತಾ?

ಇಂತಹ ನುಡಿಪಲ್ಲಟವೂ ಸಹಾ ದಿನನಿತ್ಯದ ಮಾತಿನ ಬಳಕೆಯಲ್ಲಿ ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಕಂಡುಬರುತ್ತದೆ.

ಇಂದು ನುಡಿ ಪಲ್ಲಟವು ಚಲನಚಿತ್ರ ಮಾಧ್ಯಮದಲ್ಲಿ ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ಕಂಡುಬರುತ್ತಿದೆ. ಕನ್ನಡ ಸಿನಿಮಾ ಇಂದು ಆಧುನಿಕ ಜೀವನವನ್ನು ಪ್ರತಿಬಿಂಬಿಸುತ್ತಿರುವ ಕಾರಣ ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ವಾಕ್ಯಗಳ ಬಳಕೆ ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿದೆ. ಅಲ್ಲದೆ ಇಂದಿನ ಚಿತ್ರಗಳಲ್ಲಿ ತೆಲುಗು, ತಮಿಳು, ಮಲೆಯಾಳಂ, ಹಿಂದಿ ಹೀಗೆ ಬಹು ಭಾಷಾ ವಲಯದಲ್ಲಿ ಸಂದರ್ಭ ಸನ್ನಿವೇಶಗಳು ಕಂಡು ಬರುತ್ತಿರುವ ಕಾರಣ ನುಡಿಪಲ್ಲಟವು ಉಂಟಾಗುತ್ತಿದೆ.

ಉದಾ : ಆಪ್ತಮಿತ್ರ ಚಲನಚಿತ್ರದಲ್ಲಿ ತೆಲುಗು ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆ. ಮೈ ಆಟೋಗ್ರಾಫ್ ಚಿತ್ರದಲ್ಲಿನ ಮಲೆಯಾಳಂ ಭಾಷೆ ಬಳಕೆ. ಹೀಗೆ ನುಡಿಪಲ್ಲಟದಿಂದ ಕೂಡಿದ ಸಂಭಾಷಣೆಗಳು ಚಿತ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಕಂಡು ಬರುತ್ತಿರುವ ಭಾಷಿಕ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಾಗಿದೆ. ಇಂದು ಬದಲಾಗುತ್ತಿರುವ ಸಾಮಾಜಿಕ, ಆರ್ಥಿಕ, ಶೈಕ್ಷಣಿಕ, ಸನ್ನಿವೇಶ ಸಂದರ್ಭಗಳೇ ಈ ರೀತಿಯ ನುಡಿಪಲ್ಲಟ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯು ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿ ಕಂಡುಬರುತ್ತಿದೆ.

೩. ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣ :

ಒಂದು ಭಾಷಿಕ ವಲಯದಲ್ಲಿ ಒಂದೇ ಭಾಷೆ. ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆ ಬಳಕೆಯಲ್ಲಿದ್ದರೂ ಕೂಡಾ ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆ ಸಾಮಾಜಿಕವಾಗಿ, ಪ್ರಾದೇಶಿಕವಾಗಿ ತನ್ನದೇ ಆದಂತಹ ಉಪ ಭಾಷೆಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ಭಾಷಾ ವೈವಿಧ್ಯತೆಯನ್ನು ಭಾಷಿಕ ಭಿನ್ನತೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ಈ ಭಿನ್ನತೆಯಲ್ಲಿ ಏಕತೆಯನ್ನು ತಂದು ಒಂದು ಭಾಷಾ ಸಮುದಾಯದ ಎಲ್ಲಾ ಜನರಿಗೆ ಅರ್ಥವಾಗುವಂತಾಗಿ ಏಕರೂಪದ ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆಯನ್ನು ರೂಪಿಸುವುದನ್ನು ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣ ಎನ್ನಲಾಗುತ್ತದೆ.

"ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣ ಭಾಷೆಯ ವಿವಿಧ ಬಳಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಅಧಿಕೃತತೆಯನ್ನು ತಂದು ಕೊಡಲು ನಡೆಯುವ ಕ್ರಿಯೆ. ಭಾಷೆಯ ಒಂದು ಪ್ರಬೇಧ ಇಲ್ಲವೇ ವಿಕಲ್ಪವನ್ನು ಮಾನ್ಯ ಮಾಡಿ ಅದನ್ನು ಅಧಿಕೃತಗೊಳಿಸಿ ಅದರ ಚಹರೆಗಳನ್ನು ಸ್ಪಷ್ಟಪಡಿಸುತ್ತಾ ಹೋಗುವುದು ಈ ಪ್ರವೃತ್ತಿಯ ಮುಖ್ಯ ಲಕ್ಷಣ"[೧೦] ಎಂದು ಕೆ.ವಿ. ನಾರಾಯಣರವರು ಹೇಳುವ ಮೂಲಕ ಭಾಷೆಯ ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಸ್ಪಷ್ಟಪಡಿಸುತ್ತಾರೆ.

ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯನ್ನು ಪ್ರಮಾಣೀಕರಿಸುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಭಾಷೆಯ ಬರಹದ ರೂಪವು ಪ್ರಧಾನವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಆಡಳಿತ, ಶಿಕ್ಷಣ ಮತ್ತು ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣಗೊಂಡ ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯು ಬಳಕೆಯಾಗುತ್ತದೆ.

ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ವಿವಿಧ ಭಾಗಗಳಲ್ಲಿನ ಜನರುಗಳಿಗೆ, ಒಂದು ಭಾಗದ ಜನರ ಮಾತು ಮತ್ತೊಂದು ಭಾಗದ ಜನರಿಗೆ ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ ಅರ್ಥವಾಗದೇ ಹೋಗುತ್ತದೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಶಿಕ್ಷಣ, ಕಾನೂನು ಮತ್ತು ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಬಳಸುವ ಕನ್ನಡ ಕರ್ನಾಟಕದಾದ್ಯಂತ ಎಲ್ಲಾ ಕನ್ನಡಿಗರಿಗೂ ಅರ್ಥವಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ಅಧಿಕೃತಗೊಂಡ ಭಾಷಾ ಮಾದರಿಯನ್ನು ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಲಿದೆ.

ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮುಖ್ಯ ಉದ್ದೇಶ ಸಂವಹನ ನಡೆಸುವುದು. ಇಲ್ಲಿ ಓದುಗ, ಕೇಳುಗ, ನೋಡುಗ ಯಾರೇ ಆದರೂ ಅವರಿಗೆ ತಲುಪಬೇಕಾದ ಮಾಹಿತಿ ಗೊಂದಲವಿಲ್ಲದೆ ತಲುಪಬೇಕು. ಹಾಗಾಗಿ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಭಾಷೆ ತೀರಾ ಆಡುಭಾಷೆಯೂ ಆಗಿರದೆ ತೀರಾ ಕ್ಲಿಷ್ಟಕರವೂ ಆಗಿರದೆ ಒಂದು ಮಧ್ಯಮ ಸ್ತರದ ಭಾಷಿಕ ಬಳಕೆಯನ್ನು ಕಾಯ್ದುಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ಮಾಧ್ಯಮವು ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿನ ಯಾವುದೇ ಒಂದು ಭಾಷಾ ಬಳಕೆಯನ್ನು ಪ್ರಮಾಣೀಕೃತವಾಗಿ ಸ್ವೀಕರಿಸಿಲ್ಲ. ಬದಲಿಗೆ ಒಂದು ಸರಳವಾದ ಅಧಿಕೃತವಾದ ಭಾಷೆಯನ್ನು ರೂಪಿಸಿಕೊಂಡಿವೆ. ಮಾಧ್ಯಮಗಳಿಗೆ ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣಗೊಂಡ ಭಾಷೆಯ ಅಗತ್ಯವಿದೆ.

ಪತ್ರಿಕಾ ಮಾಧ್ಯಮವು ಭಾಷೆಯ ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ವೈವಿಧ್ಯತೆಯನ್ನು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ದುಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿವೆ. ಒಂದೇ ಪತ್ರಿಕೆ ಕರ್ನಾಟಕದ ವಿವಿಧ ವಿಭಾಗಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಕಟವಾಗುವ ಕಾರಣ ಆ ಪತ್ರಿಕೆಗಳು ಅಲ್ಲಿನ ಪ್ರಾದೇಶಿಕ

ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆಗೆ ಅವಕಾಶ ನೀಡುತ್ತದೆ. ಪತ್ರಿಕೆಗಳು ಪ್ರಮಾಣೀಕೃತ ಭಾಷೆ ಬಳಸುತ್ತಿದ್ದರೂ ಕೂಡಾ ಇಂತಹ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ಆ ಮಾತು ಸತ್ಯಕ್ಕೆ ದೂರವೆನಿಸುತ್ತದೆ.

ದೂರದರ್ಶನ ಮತ್ತು ರೇಡಿಯೋಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಸರ್ಕಾರೀ ಸ್ವಾಮ್ಯದ ವಾಹಿನಿಗಳಲ್ಲಿ - ಸಂಸ್ಥೆಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಮಾಣೀಕೃತ ಭಾಷೆ ಬಳಕೆಯನ್ನು ಗುರುತಿಸಬಹುದು. ಈ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲೂ ಕೂಡಾ ಪ್ರಮಾಣೀಕೃತ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆಯು ಮಹತ್ವದ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸುತ್ತವೆ. ಏಕೀಕೃತ ಕರ್ನಾಟಕದ ಎಲ್ಲಾ ಜನರಿಗೂ ಅರ್ಥವಾಗುವಂತಹ ಭಾಷೆಯನ್ನು ಬಳಸುತ್ತಿವೆ. ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ತಾವು ಬಳಸುವ ಭಾಷೆಯನ್ನು ಇನ್ನೂ ಉತ್ತಮಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಕಡೆಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಒತ್ತು ನೀಡಬೇಕಾದ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯಿದೆ.

ಒಟ್ಟಾರೆ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಭಾಷಿಕ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳನ್ನೇ ಅವಲಂಬಿಸಿ ನಡೆಯುತ್ತಿರುವ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಾಗಿವೆ. ಭಾಷೆಯಿಂದ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಮಾಧ್ಯಮಗಳಿಂದ ಭಾಷೆಯು ನಿರಂತರವಾಗಿ ಪ್ರಭಾವಕ್ಕೆ ಒಳಗಾಗುತ್ತಾ ಬೆಳೆಯುತ್ತಲೇ ಇರುತ್ತವೆ. ಭಾಷಿಕ ಬೆಳವಣಿಗೆಗೆ ಪೂರಕವಾದ ಭಾಷಾಂತರ, ಭಾಷಾ ಸ್ವೀಕರಣ, ನುಡಿಬೆರಕೆ, ನುಡಿ ಪಲ್ಲಟ ಮತ್ತು ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣದಂತಹ ಭಾಷೆಯ ಆಧುನೀಕರಣ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳು ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿ ನಿರಂತರವಾಗಿ ನಡೆಯುತ್ತಾ ಭಾಷೆಯ ಬೆಳವಣಿಗೆಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತವೆ. ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಗಮನಾರ್ಹವಾದ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸುತ್ತವೆ.

ಅಡಿ ಟಿಪ್ಪಣಿಗಳು :

೧. ಬೇಟ್ಸ್, ಉಲ್ಲೇಖ : ಭಾಷಾಂತರ ಸೌರಭ, ಲೇ. ಡಾ. ಲ. ನಾರಾಯಣ ಅರೋರಾ, ೧೯೯೫, ಪು. ೫೧.

೨. ಡಾ. ಸಾಂಬಮೂರ್ತಿ, ಭಾಷೆ ಮತ್ತು ಅಶಾಬ್ದಿಕ ಸಂವಹನ, ೧೯೯೮, ಪು. ೨

೩. ಕೆ.ವಿ. ನಾರಾಯಣ, ಭಾಷೆ ಸುತ್ತ ಮುತ್ತ, ೧೯೯೮, ಪು. ೧೧

೪. ಕೆ.ವಿ. ನಾರಾಯಣ, ಭಾಷೆ ಸುತ್ತ ಮುತ್ತ, ೧೯೯೮, ಪು. ೨೦.

೫. ಕೆ.ವಿ. ನಾರಾಯಣ, ಭಾಷೆ ಸುತ್ತ ಮುತ್ತ, ೧೯೯೮, ಪು. ೨೦.

೬. ಡಾ. ಟಿ.ಸಿ. ಪೂರ್ಣಿಮಾ, ಆಧುನಿಕ ಸಂವಹನ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಮತ್ತು ಕನ್ನಡ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ, ೨೦೦೩, ಪು. ೩೨೦.

೭. ಜಿ. ವೆಂಕಟಸುಬ್ಬಯ್ಯ, ಎರವಲು ಪದಕೋಶ, ೧೯೯೮, ಪು. ೬

೮. ಕಾಛ್ರು (೧೯೭೮), ಉಲ್ಲೇಖ : ಇಂದಿನ ಕನ್ನಡ ; ರಚನೆ ಮತ್ತು ಬಳಕೆ, ಲೇ. ಎಸ್.ಎನ್. ಶ್ರೀಧರ್, ೨೦೦೮, ಪು. ೧೬

೯. ಎಸ್.ಎನ್. ಶ್ರೀಧರ್, ಇಂದಿನ ಕನ್ನಡ : ರಚನೆ ಮತ್ತು ಬಳಕೆ, ೧೯೯೫, ಪು. ೩

೧೦. ಎಸ್.ಎನ್. ಶ್ರೀಧರ್, ಇಂದಿನ ಕನ್ನಡ : ರಚನೆ ಮತ್ತು ಬಳಕೆ, ೧೯೯೫, ಪು. ೬

೧೧. ಕೆ.ವಿ. ನಾರಾಯಣ, ಭಾಷೆ ಸುತ್ತ ಮುತ್ತ, ೧೯೯೮, ಪು. ೨೦.

ಅಧ್ಯಾಯ : ೫

ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು, ಜಾಹೀರಾತು ಮತ್ತು ಭಾಷೆ

೧. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಮತ್ತು ಜಾಹೀರಾತಿನ ನಡುವಿನ ಸಂಬಂಧ

೨. ಜಾಹೀರಾತು ಮತ್ತು ಭಾಷೆ ನಡುವಿನ ಸಂಬಂಧ

೩. ವಿವಿಧ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು, ಜಾಹೀರಾತು ಮತ್ತು ಭಾಷಾ ಬಳಕೆ

    ಅ. ಮುದ್ರಣ ಮಾಧ್ಯಮ (ವೃತ್ತ ಪತ್ರಿಕೆ)

    ಆ. ಶ್ರವ್ಯ ಮಾಧ್ಯಮ (ರೇಡಿಯೋ)

    ಇ. ದೃಶ್ಯ ಮಾಧ್ಯಮ (ದೂರದರ್ಶನ)

ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು, ಜಾಹೀರಾತು ಮತ್ತು ಭಾಷೆ

೧. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಮತ್ತು ಜಾಹೀರಾತುಗಳ ನಡುವಿನ ಸಂಬಂಧ

ಇಂದು ಜಾಗತೀಕರಣ, ಉದಾರೀಕರಣ ಮತ್ತು ಖಾಸಗೀಕರಣದ ನೀತಿಗಳಿಂದ ಮಾಧ್ಯಮಗಳೆಲ್ಲಾ ಉದ್ಯಮಗಳಾಗಿ ಪರಿವರ್ತನೆ ಹೊಂದುತ್ತಿವೆ. ಸುದ್ದಿ - ಸಮಾಚಾರವನ್ನು ಸಂವಹನಗೊಳಿಸುವ ಮುಖ್ಯ ಉದ್ದೇಶ ಹೊಂದಿರುವ ಪ್ರತಿಯೊಂದೂ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮವೂ ಲಾಭದ ಹೊರತಾಗಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡಲಾರವು. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ನಿರಂತರವಾಗಿ ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸಲು ಅಗತ್ಯವಿರುವ ಬಂಡವಾಳ ಮತ್ತು ಹಣಕಾಸು ಅತ್ಯಗತ್ಯ. ಅದರೊಂದಿಗೇ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಆರ್ಥಿಕ ಭದ್ರತೆಯನ್ನೂ ಬಯಸುತ್ತವೆ. ಆರ್ಥಿಕ ಬೆಂಬಲಕ್ಕಾಗಿ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಜಾಹೀರಾತುಗಳ ಬೆನ್ನು ಬಿದ್ದಿವೆ.

ಜಾಹೀರಾತು ಕೂಡಾ ಒಂದು ಮಾಧ್ಯಮವೇ. ಸಂವಹನವನ್ನೇ ಮುಖ್ಯ ಗುರಿಯಾಗಿ ಹೊಂದಿರುವ ಮಾಧ್ಯಮ. ಸಮೂಹವನ್ನು ತಲುಪುವುದೇ ಜಾಹೀರಾತುಗಳ ಉದ್ದೇಶ. ಹಾಗಾಗಿ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಮಾಧ್ಯಮಗಳನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿವೆ. ರೇಡಿಯೋ, ಟಿ.ವಿ. ಪತ್ರಿಕೆಗಳ ಮೂಲಕ ಹಣ ನೀಡಿ ತಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನ ಸೇವೆಯನ್ನು ಜಾಹೀರಾತುಗೊಳಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಒಂದು ವಿಧದಲ್ಲಿ ತಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನ ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳಿಗೆ, ಆಲೋಚನೆಗಳಿಗೆ ಪ್ರಚಾರವನ್ನು ದುಡ್ಡು ಕೊಟ್ಟು ಖರೀದಿಸುವುದೆನ್ನಬಹುದು. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮೂಲಕ ಪಡೆಯುವ ಪ್ರಚಾರ ಹೆಚ್ಚು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾದುದು. ಹೀಗೆ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಮತ್ತು ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಪರಸ್ಪರ ಒಂದನ್ನೊಂದು ಅವಲಂಬಿಸಿವೆ.

ಇಂದು ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಸಿಂಹಪಾಲನ್ನು ಆಕ್ರಮಿಸಿಕೊಂಡಿವೆ. ಜಾಹೀರಾತಿನಂತಹ ಪ್ರಬಲ ಆರ್ಥಿಕ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಬೆಂಬಲವಿಲ್ಲದೆ ಯಾವುದೇ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮ ಸ್ವತಂತ್ರವಾಗಿ ತನ್ನ ಅಸ್ತಿತ್ವ ಕಾಯ್ದುಕೊಳ್ಳಲು ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲ, ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ರೂಪಿಸುವ ಪ್ರತಿಯೊಂದೂ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳ ಸಿದ್ಧತೆ, ನಿರ್ವಹಣೆ, ಪ್ರಸಾರ, ತಾಂತ್ರಿಕ ವ್ಯವಸ್ಥೆ, ಸಿಬ್ಬಂದಿ ವರ್ಗ ಹೀಗೆ ಎಲ್ಲದಕ್ಕೂ ಹಣಕಾಸಿನ ಅಂಶವೇ ಮುಖ್ಯವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ತಮ್ಮ ಆರ್ಥಿಕ ಆಯ - ವ್ಯಯದ ನಡುವೆ ಬಹಳಷ್ಟು ಅಂತರವನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತವೆ. ಈ ಆರ್ಥಿಕ ನಷ್ಟವನ್ನು ಸರಿದೂಗಿಸುವಲ್ಲಿ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಪ್ರಮುಖ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸುತ್ತವೆ. ಜಾಹೀರಾತುದಾರರು ಹಣ ನೀಡಿ ಪ್ರಚಾರ ಸೇವೆ ಪಡೆಯುವ ಕಾರಣ ಈ ಹಣದಿಂದ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಆಯ-ವ್ಯಯದ ನಡುವಿನ ಅಂತರ ಹೊಂದಾಣಿಕೆಯಾಗುತ್ತದೆ.

ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕ ಬದುಕಿನಲ್ಲಿ ಪ್ರತಿಯೊಂದೂ ಸ್ಪರ್ಧೆಯನ್ನು ಎದುರಿಸಬೇಕು. ಉತ್ಪನ್ನಗಳೂ ಸಹ ಪೈಪೋಟಿ ಎದುರಿಸುತ್ತಿವೆ. ಪ್ರತಿ ವಸ್ತುವೂ ಹೆಚ್ಚು ಮಾರಾಟವಾಗಬೇಕೆಂಬ ಆಶಯ ಉತ್ಪಾದಕರಿಗಿರುತ್ತದೆ. ಹೆಚ್ಚು ಮಾರಾಟವಾಗಲು ಪ್ರಚಾರ ಅಗತ್ಯ. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಜಾಹೀರಾತುಗಳಿಗೆ ವ್ಯಾಪಕವಾದ ಪ್ರಚಾರದ ವೇದಿಕೆಯನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತವೆ.

ಜಾಹೀರಾತು ಕೇವಲ ಉತ್ಪನ್ನ, ಸೇವೆ ಮತ್ತು ಆಲೋಚನೆಗಳನ್ನು ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡುವುದಕ್ಕೆ ಮಾತ್ರ ಸೀಮಿತಗೊಂಡಿಲ್ಲ. ಬದಲಿಗೆ ಪ್ರಚಾರದೊಂದಿಗೆ ಒಂದು ಸಂಸ್ಕೃತಿಯನ್ನು ಪಲ್ಲಟಗೊಳಿಸುವ ಶಕ್ತಿ ಜಾಹೀರಾತುಗಳಿಗಿದೆ. ಅವುಗಳ ಮಂಡನೆಯ ಕ್ರಮಕ್ಕಿದೆ. ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಮಾಧ್ಯಮದ ಮೂಲಕ ಪ್ರಸಾರವಾಗುವ ಕಾರಣ ಜನರ ಆಲೋಚನೆಗಳನ್ನು ಅಭಿರುಚಿಗಳನ್ನು ಬದಲಾವಣೆಗೆ ಒಳಪಡಿಸಿ ಆ ಮೂಲಕ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮತ್ತು ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಅಂಶಗಳನ್ನೂ ಪ್ರಭಾವಿಸುತ್ತವೆ. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಜಾಹೀರಾತುಗಳಿಗೆ ಅವುಗಳ ಅಗತ್ಯಕ್ಕೆ - ಉದ್ದೇಶಕ್ಕೆ ಅನುಗುಣವಾದ ಪ್ರಸಾರ ಸೌಲಭ್ಯವನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತವೆ.

ವಿವಿಧ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ನಡುವೆಯೇ ಪರಸ್ಪರ ಪೈಪೋಟಿಯುಂಟು. ಯಾವ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮವು ಎಷ್ಟು ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಜಾಹೀರಾತುಗಳನ್ನು ಪ್ರಚಾರ ಪಡಿಸುತ್ತವೆ ಎಂಬುದರ ಮೇಲೆ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಜನಪ್ರಿಯತೆಯು ಅಡಗಿರುತ್ತದೆ. ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಮಾಧ್ಯಮವು ಅವುಗಳ ತಾತ್ವಿಕತೆಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಜಾಹೀರಾತುಗಳನ್ನು ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡುತ್ತವೆ. ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಗುಣಮಟ್ಟ, ಜನಪ್ರಿಯತೆಯೊಂದಿಗೆ ಅವುಗಳ ಸ್ವರೂಪವನ್ನೂ ನಿರ್ಧರಿಸುವಷ್ಟರ ಮಟ್ಟಿಗೆ ಪ್ರಭಾವಿತವಾದವುಗಳಾಗಿವೆ. ಹೀಗೆ ಜಾಹೀರಾತು ಮತ್ತು ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಪರಸ್ಪರ ಬಿಡಿಸಲಾಗದಂತಹ ಸಂಬಂಧ ಹೊಂದಿವೆ. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಚಾರಗೊಳ್ಳುವ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಅವುಗಳ ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಭಾಷೆಯನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿರುತ್ತವೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಈ ವಿಷಯವನ್ನು ಈ ಅಧ್ಯಯನದ ವ್ಯಾಪ್ತಿಗೆ ಒಳಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ.

೨. ಜಾಹೀರಾತು ಮತ್ತು ಭಾಷೆಯ ನಡುವಿನ ಸಂಬಂಧ

ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮೂಲಕ ಪ್ರಸಾರ ಸೇವೆ ಪಡೆಯಲು ಜಾಹೀರಾತುದಾರರು ಹಣ ತೆರಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ರೇಡಿಯೋ, ದೂರದರ್ಶನಗಳಲ್ಲಿ ಒಂದೊಂದು ಸೆಕೆಂಡೂ, ಪತ್ರಿಕೆಗಳಲ್ಲಾದರೆ ಒಂದೊಂದು ಸೆಂಟಿಮೀಟರ್ ಜಾಗವೂ ಹಣವಾಗಿ ಬದಲಾಗುತ್ತದೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಅತ್ಯಂತ ಕಡಿಮೆ ಕಾಲಾವಧಿಯಲ್ಲಿ, ಕಡಿಮೆ ಸ್ಥಳದಲ್ಲಿ ಕಡಿಮೆ ವೆಚ್ಚದಲ್ಲಿ ಹೇಳಬೇಕಾದುದನ್ನು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಹೇಳಬೇಕು. ನಿಖರವಾಗಿ, ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ ನೇರವಾಗಿದ್ದು ತಲುಪಬೇಕಾದರೆ ಜಾಹೀರಾತುಗಳಿಗೆ ಸಮರ್ಥವಾದ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆ ಅತ್ಯಗತ್ಯ.

ಜಾಹೀರಾತುಗಳನ್ನು ಜಾಹೀರುಗೊಳಿಸಬೇಕಾದ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಅಂಶವನ್ನು ಮೊದಲು ನಿರ್ಧರಿಸಿಕೊಂಡು, ಅದಕ್ಕೆ ಅನುಗುಣವಾದ ಬಹು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾದ ಶಬ್ದ ಯಾವುವೆಂದು ಮೊದಲು ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ಜಾಹೀರಾತಿನ ಭಾಷೆ ಚಿಕ್ಕದು, ಚೊಕ್ಕದು, ಆಕರ್ಷಕವೂ ಆಗಿರುತ್ತದೆ. ಭಾಷಿಕ ತಂತ್ರಗಳು, ಚಮತ್ಕಾರದೊಂದಿಗೆ ಭಾಷೆಯ ತಾಕ್ಷಣಿಕತೆಯನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳಲಾಗುತ್ತದೆ. ಭಾಷೆಯ ತಾಕ್ಷಣಿಕತೆಯು ಭಾಷೆಯ ತಾರುಣ್ಯವನ್ನು, ಆ ಮೂಲಕ ಕ್ಷಿಪ್ರ ಸಂವಹನ ಗುಣವನ್ನು ಉದ್ದೀಪಿಸುತ್ತವೆ. ಕಡಿಮೆ ಸಮಯದಲ್ಲಿಯೇ ಹೆಚ್ಚು ಗ್ರಹಿಕೆಗೆ ಸಾಧ್ಯವಾಗುವಂತೆ ಭಾಷೆ ರೂಪುಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ.

ಜಾಹೀರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ವರ್ಗ ಪ್ರಜ್ಞೆಯು ಕೆಲಸ ಮಾಡುತ್ತಿರುತ್ತದೆ. ವಿವಿಧ ವರ್ಗದ ಜನರ ಅಗತ್ಯಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸುವ ವಸ್ತು - ಸೇವೆಗಳಿಗೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಪ್ರಸಾರವಾಗುತ್ತದೆ. ವಿವಿಧ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಜಾಹೀರಾತಿನ ಭಾಷಾ ಬಳಕೆಯೂ ವೈವಿಧ್ಯಮಯವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಮಹಿಳೆಯರು, ಮಕ್ಕಳು, ವಿದ್ಯಾವಂತರು, ಅನಕ್ಷರಸ್ಥರು, ಮಧ್ಯಮವರ್ಗ ಹೀಗೆ ವಿವಿಧ ವರ್ಗಕ್ಕೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಭಾಷಾ ಬಳಕೆಯೂ ಬೇರೆ ಬೇರೆಯಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಉತ್ಪನ್ನದ ಗುಣಮಟ್ಟ ಮತ್ತು ಪರಿಣಾಮದ ನಡುವಿನ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಭಾಷೆಯ ಮೂಲಕ ಪ್ರಸಾರಗೊಳಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.

ವಿವಿಧ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ತಾತ್ವಿಕತೆಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಅವುಗಳಲ್ಲಿ ಮಂಡನೆಯಾಗುವ ಜಾಹೀರಾತಿನ ಭಾಷೆಯು ನಿರ್ಧರಿತವಾಗುತ್ತದೆ. ಜಾಹೀರಾತು ಭಾಷೆಯ ಸಂವಹನ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳಾದ ಮಾತು ಮತ್ತು ಬರಹದ ಮೂಲಕ ಜನರನ್ನು ತಲುಪುತ್ತದೆ. ಶ್ರವ್ಯ ಮಾಧ್ಯಮದಲ್ಲಿ ಕೇವಲ ಮಾತಿನ ಮೂಲಕವೇ ಜಾಹೀರಾತು ಪ್ರಸಾರಗೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ಪತ್ರಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಬರಹದ ಮೂಲಕವೇ ಪ್ರಸಾರಗೊಳ್ಳಲು ಸಾಧ್ಯ. ದೂರದರ್ಶನದಲ್ಲಿ ಮಾತು ಮತ್ತು ಬರಹದೊಂದಿಗೆ ಪ್ರಸಾರವಾಗುತ್ತದೆ. ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ಇವೆರಡೂ ಬಳಕೆಯಾಗದೆ ಕೇವಲ ದೃಶ್ಯದ ಮೂಲಕವೇ ಸಂವಹನ ಗೊಳಿಸಲು ಸಾಧ್ಯ. ಆದರೆ ಆ ಪ್ರಚಾರ ಭಾಷಾ ಬಳಕೆಯಷ್ಟು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿರುವುದಿಲ್ಲ.

ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಬಳಕೆಯಾಗುವ ಜಾಹೀರಾತಿನ ಭಾಷೆಯು ಉತ್ಪ್ರೇಕ್ಷಿತ ಪ್ರತಿಬಿಂಬಗಳ ಭಾಷಿಕ ಮಂಡನೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತವೆ. ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಉತ್ಪ್ರೇಕ್ಷೆಯೇ ತಲುಪುವಿಕೆಯ ಸಾಧನವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಇಂದಿನ ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕ ಯುಗದಲ್ಲಿ ಎಲ್ಲಾ ವಿಷಯಗಳಲ್ಲೂ ಪೈಪೋಟಿಯೇ. ಒಂದೇ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಹಲವಾರು ಕಂಪನಿಗಳು ಉತ್ಪಾದಿಸುವಾಗ ತಮ್ಮ ಸೇವೆ, ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಇತರೆಗಳಿಗಿಂತ ಭಿನ್ನವೆಂದು ಹೇಳಲು ಉತ್ಪ್ರೇಕ್ಷೆಯನ್ನು ಬಳಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಉತ್ಪ್ರೇಕ್ಷೆಯಿಂದ ಕೂಡಿದ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆ ಜಾಹೀರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಕಂಡುಬರುತ್ತದೆ.

ಉದಾ : ಸ್ನಾನದ ಸಾಬೂನುಗಳು ಹಲವಾರಿವೆ. ಆದರೆ ಜಾಹೀರಾತುಗಳಲ್ಲಿನ ಉತ್ಪ್ರೇಕ್ಷೆಯ ಭಾಷಾಬಳಕೆ ಆ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಕೊಳ್ಳುವಂತೆ ಜನರನ್ನು ಪ್ರಚೋದಿಸುತ್ತವೆ.

- "ಲಕ್ಸ್ ನಂಬರ್ ಒನ್ ತಾರೆಯರು ಬಳಸುವ ಸೋಪು", ಬಳಸುವ ಎಲ್ಲರೂ 'ನಂಬರ್ ಒನ್' ಎಂಬ ಭ್ರಮೆ ಮೂಡಿಸಿ ಆ ವಸ್ತುಕೊಳ್ಳಲು ಪ್ರಚೋದಿಸುತ್ತದೆ.
- 'ಸಂತೂರ್' ತಾರುಣ್ಯ ಪೂರ್ಣ ತ್ವಚೆಯ ರಹಸ್ಯ. ವಯಸ್ಸಾದರೂ ಕೂಡಾ ತ್ವಚೆ ತಾರುಣ್ಯತೆಯಿಂದಲೇ ಕೂಡಿರುತ್ತದೆಯೆಂದು ನಂಬಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಇಂತಹ ಭಾಷಿಕ ಬಳಕೆಯ ಜಾಹೀರಾತುಗಳಿಂದ ಜನರು ಹೆಚ್ಚು ಆಕರ್ಷಿತರಾಗುತ್ತಾರೆ.

ಭಾಷೆಯ ನೆರವಿಲ್ಲದೆ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸಲಾರವು. ಭಾಷೆಯೇ ಮಾನವನ ಸಂವಹನ ಸಾಧನ. ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ದೇಶಕ್ಕಾಗಿ ರೂಪುಗೊಂಡ ಸಂವಹನ ಸಾಧನ. ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಭಾಷೆಯ ಮುಖೇನ ಸಂವಹನಗೊಂಡು ತಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನ, ಸೇವೆಗಳಿಗೆ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತವೆ. ಬದಲಾದ ಜನರ ಅಗತ್ಯ, ಅಭಿರುಚಿಗಳಿಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಉತ್ಪಾದನೆಗೊಳ್ಳುವ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ - ಸೇವೆಗಳ ಕಡೆಗೆ ಗ್ರಾಹಕರ

ಗಮನ ಸೆಳೆಯಲು ಭಾಷೆಯ ಪಾತ್ರ ಮಹತ್ವವಾದುದು. ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಪ್ರಸಾರ ಪಡೆಯಲು ಅನೇಕ ಭಾಷಿಕ ಬದಲಾವಣೆಗಳನ್ನು ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲಾಗುತ್ತದೆ. ಭಾಷಾ ಪಲ್ಲಟ, ನುಡಿಜಿಗಿತ, ನುಡಿ ಮಿಶ್ರಣಗಳು ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಕಂಡು ಬರುವ ಭಾಷೆಯ ವಿಶಿಷ್ಟ ಅಂಶಗಳು. ಬದಲಾಗುತ್ತಿರುವ ಸಮಾಜ ಮತ್ತು ಜನಭಾಷೆಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿಯೇ ಜಾಹೀರಾತಿನ ಭಾಷೆಯೂ ರೂಪುಗೊಳ್ಳುತ್ತದೆ.

ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲೂ ಸಹಾ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿನ ಜಾಹೀರಾತುಗಳನ್ನು ಗಮನಿಸಿದರೆ ಆಧುನೀಕರಣಗೊಳ್ಳುತ್ತಿರುವ ಭಾಷೆಯ ಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ. ಬದಲಾಗುತ್ತಿರುವ ಭಾಷೆಯ ಸ್ವರೂಪವನ್ನು ಜಾಹೀರಾತಿನಲ್ಲಿ ಬಳಕೆಯಾಗುತ್ತಿರುವ ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿ ಗಮನಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ. ಭಾಷೆಯ ಬದಲಾದ ಸ್ವರೂಪವನ್ನು ಅರಿಯಲು ಜಾಹೀರಾತಿನ ಭಾಷೆಯ ಅಧ್ಯಯನವೂ ಪ್ರಮುಖವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಜಾಹೀರಾತು ಮತ್ತು ಭಾಷೆಯ ನಡುವಿನ ಸಂಬಂಧವು ಅತ್ಯಂತ ಸೂಕ್ಷ್ಮವಾಗಿದ್ದು ಅವುಗಳ ಅಧ್ಯಯನವು ಈ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಔಚಿತ್ಯಪೂರ್ಣವೆನಿಸುತ್ತದೆ.

೩. ವಿವಿಧ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು, ಜಾಹೀರಾತು ಮತ್ತು ಭಾಷಾ ಬಳಕೆ

ಈಗಾಗಲೇ ತಿಳಿಸಿರುವಂತೆ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮವೂ ಅವುಗಳ ಸ್ವರೂಪ ಮತ್ತು ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಣೆಗೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಜಾಹೀರಾತು ಮತ್ತು ಅವುಗಳ ಭಾಷೆ ಬಳಕೆಯಾಗುತ್ತದೆ. ರೇಡಿಯೋ ಮಾತು, ಧ್ವನಿ ಏರಿಳಿತಗಳ ಮೇಲೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಒತ್ತನ್ನು ನೀಡಿದರೆ, ಮುದ್ರಣ ಮಾಧ್ಯಮವಾದ ಪತ್ರಿಕೆಗಳು ಪದರಚನೆ, ಅಕ್ಷರಗಳ ಗಾತ್ರ, ವಿಶಿಷ್ಟ ಪದಬಂಧಗಳ ಕಡೆಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಗಮನವನ್ನು, ದೃಶ್ಯ ಮಾಧ್ಯಮವಾದ ದೂರದರ್ಶನದಲ್ಲಿ ದೃಶ್ಯ, ಮಾತು ಮತ್ತು ಸಂಗೀತ ಎಲ್ಲದರ ಸಂಯೋಜನೆ ಮುಖ್ಯವಾಗುತ್ತವೆ. ಹೀಗೆ ವಿವಿಧ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಸಾರ ಸೇವೆ ಪಡೆಯುವ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಒಳಗೊಳ್ಳುವ ಭಾಷೆಯನ್ನು ಕುರಿತು ವಿವರವಾಗಿ ತಿಳಿಯುವ ಅಗತ್ಯವಿದೆ.

ಅ. ಪತ್ರಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಜಾಹೀರಾತು ಮತ್ತು ಭಾಷೆ

ಪತ್ರಿಕೆಗಳು ಆರಂಭಗೊಂಡಿದ್ದೇ ಕರಪತ್ರಗಳ ಮೂಲಕ, ಸುದ್ದಿ, ಸಮಾಚಾರದ ವಿನಿಮಯವೇ ಮುಖ್ಯವಾಗಿತ್ತು. ಪತ್ರಿಕೆಗಳು ಜಾಹೀರಾತನ್ನು ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡುವ ಉದ್ದೇಶವನ್ನೂ ಹೊಂದಿವೆ. ಪತ್ರಿಕೆ ಮತ್ತು ಜಾಹೀರಾತು ಎರಡೂ ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ದೇಶವನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ ಸಂವಹನ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು. ಜಾಹೀರಾತುಗಳೇ ಪತ್ರಿಕೆಗಳ ಜೀವಾಳ. ಜಾಹೀರಾತಿನ ಹಿಂದೆ ಪ್ರಕಟಗೊಂಡಿರುವ ಸುದ್ದಿಯೇ ಪತ್ರಿಕೆ ಎನ್ನುವಷ್ಟರ ಮಟ್ಟಿಗೆ ಜಾಹೀರಾತುಗಳಿಂದ ಪತ್ರಿಕೆಗಳು ಪ್ರಭಾವಿತವಾಗಿವೆ. ಜಾಹೀರಾತಿನ ಪೂರ್ಣ ಬೆಂಬಲವಿಲ್ಲದೆ ಯಾವುದೇ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮ ಬಹುಕಾಲ ಉಳಿಯಲಾರದು, ಬೆಳೆಯಲಾರದು. ಪತ್ರಿಕೆಗಳ ಆಯ - ವ್ಯಯದ ನಡುವಿನ ಅಂತರವನ್ನು ತುಂಬುತ್ತಿರುವುದು ಜಾಹೀರಾತುಗಳೇ, ಜಾಹೀರಾತುಗಳೇ ಪತ್ರಿಕೆಗಳ ಬಂಡವಾಳದ ಮುಖ್ಯ ಆಕರ.

ಪತ್ರಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಭಾಷೆಯ ಬರಹದ ಮೂಲಕವೇ ಜಾಹೀರಾತು ಪ್ರಕಟಗೊಳ್ಳಬೇಕು. ಹೇಳಬೇಕಾದುದನ್ನು ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ ನಿಖರವಾಗಿ ತಿಳಿಸಬೇಕು. ಪತ್ರಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಕಟವಾಗುವ ಜಾಹೀರಾತುಗಳನ್ನು ಅವುಗಳ ಗಾತ್ರ ಮತ್ತು ಪ್ರಮಾಣಕ್ಕೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ೨ ವಿಧಗಳಾಗಿ ವಿಂಗಡಿಸಲಾಗಿದೆ.

೧. ಪ್ರದರ್ಶಕ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು (Display Advertisment)

೨. ವರ್ಗೀಕೃತ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು (Classified Advertisment)

೧. ಪ್ರದರ್ಶಕ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು

ಪ್ರದರ್ಶಕ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಪತ್ರಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ಜಾಗವನ್ನು ಆಕ್ರಮಿಸಿಕೊಂಡಿರುತ್ತದೆ. ಪ್ರಮಾಣ ಮತ್ತು ಗಾತ್ರದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿದ್ದು ದಪ್ಪ ಅಕ್ಷರಗಳಲ್ಲಿ ವೈವಿಧ್ಯಮಯವಾದ ಬಣ್ಣಗಳಲ್ಲಿ ಮುದ್ರಣಗೊಂಡ ಜಾಹೀರಾತುಗಳೇ ಪ್ರದರ್ಶಕ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು. ಈ ಜಾಹೀರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ಚಿತ್ರಗಳು, ಛಾಯಾಚಿತ್ರಗಳೊಂದಿಗೆ ಭಾಷೆಯ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯಪೂರ್ಣವಾದ ಬಳಕೆಯೊಂದಿಗೆ ಮುದ್ರಿತವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ವೈವಿಧ್ಯಮಯವೂ ವರ್ಣರಂಜಿತವೂ ಆದ ಈ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಅವುಗಳ ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಿಯ ಕ್ರಮ, ಮಾದರಿಯಾಗಿರುವ ವ್ಯಕ್ತಿಯ ಜನಪ್ರಿಯತೆಯೊಂದಿಗೆ ಬಳಸಲಾಗುವ ಭಾಷೆಯು ಓದುಗರ ಕಣ್ಣನ್ನು ಚಕ್ಕನೆ ಸೆರೆಹಿಡಿಯುತ್ತವೆ.

ಪ್ರದರ್ಶಕ ಜಾಹೀರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ಉತ್ಪನ್ನದ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಾಗಿರುವ ಕಡಿತ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಬಂದಿರುವ ಹೊಸ ಮಾದರಿ ಉತ್ಪನ್ನ, ಸೇವೆ, ದೊರೆಯುವ ಸ್ಥಳ, ಸಾಂದರ್ಭಿಕ ವಿಶೇಷ ಕೊಡುಗೆಗಳು, ರಿಯಾಯಿತಿಗಳನ್ನು ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ಸಾಮಾಜಿಕ, ರಾಜಕೀಯ, ಅರಿವು, ಸಾಂದರ್ಭಿಕವಾಗಿ ಸಾಮೂಹಿಕವಾಗಿ ಶುಭಕೋರಲು ವಿಶಿಷ್ಟ ಪದಬಳಕೆಯ ಮೂಲಕ ಜಾಹೀರಾತುಗಳನ್ನು ಮಂಡಿಸಲಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಇವುಗಳಿಗೆ ತೆರುವ ಹಣವೂ ದುಬಾರಿಯಾಗಿರುತ್ತದೆ.

ಉದಾ : LUX, ಶ್ರಿಯಾ ಕಮ್ಸ್ ಹೋಮ್ ಆಫರ್, "ಶ್ರಿಯಾ ಭೇಟಿ ನೀಡುವ ಮುಂದಿನ ಮನೆ ನಿಮ್ಮದೇ ಆಗಿರಬಹುದು.

ಈ ಪ್ರದರ್ಶಕ ಜಾಹೀರಾತು ಕನ್ನಡದ ವೃತ್ತಪತ್ರಿಕೆಯ ಮುಖಪುಟದಲ್ಲಿ ಕಂಡು ಬಂದದ್ದು. ಜಾಹೀರಾತಿನಲ್ಲಿ ಆಂಗ್ಲ ಭಾಷೆಯ ಪ್ರಭಾವ ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಕಂಡು ಬಂದಿದೆ. ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ಪದ, ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ಪದಗಳನ್ನು ಕನ್ನಡ ಲಿಪಿಯಲ್ಲಿ ಸೂಚಿಸಲಾಗಿದೆ. ಜೊತೆಗೆ ಓದುಗನನ್ನೇ ಸಂಬೋಧಿಸಿರುವ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆಯೂ 'ಶ್ರಿಯಾ' ತಾರೆಯು ನಮ್ಮ ಮನೆಗೇ ಬರುವರೆಂಬ ಹೇಳಿಕೆ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಲಕ್ಸ್ ಸಾಬೂನು ಕೊಳ್ಳಲು ಮತ್ತು ಕರೆ ಮಾಡಲು ಪ್ರಚೋದಿಸುತ್ತದೆ.

ಸ್ವಾತಂತ್ರ ದಿನಾಚರಣೆಯ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಪ್ರಕಟವಾದ ಕೆಲವು ಪ್ರದರ್ಶಕ ಜಾಹೀರಾತುಗಳನ್ನು ಗಮನಿಸೋಣ.

- Freedom celebration upto 75% off for an Independent Men. - Alan and Paine
- Celebrating 62 years of freedom 62% Off, On, Fresh Fashion. - Total

ಈ ಎರಡು ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಕನ್ನಡದ ಪತ್ರಿಕೆಗಳಲ್ಲಿಯೇ ಪ್ರಕಟವಾದರೂ ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ಭಾಷೆ ಮತ್ತು ಲಿಪಿಯಲ್ಲಿಯೇ ಇವೆ. ಮೊದಲನೆಯ ಜಾಹೀರಾತಿನಲ್ಲಿ ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯ ದಿನಾಚರಣೆಯಲ್ಲಿನ ಸ್ವತಂತ್ರ ಪದದ ವಿಶಿಷ್ಟ ಬಳಕೆಯೊಂದಿಗೆ ಉತ್ಪನ್ನಕೊಳ್ಳಲು ಪ್ರೇರೇಪಿಸಿದೆ. ಎರಡನೆಯ ಜಾಹೀರಾತು ೬೨ ವರ್ಷ

ಪೂರೈಸಿದ ಸಂಭ್ರಮದ ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯ ದಿನಾಚರಣೆಯ ಅಂಗವಾಗಿ ೬೨% ರಿಯಾಯಿತಿ ನೀಡುವುದಾಗಿ ಟೋಟಲ್ ವಾಣಿಜ್ಯ ಮಳಿಗೆಯು ಕೇಸರಿ, ಬಿಳಿ, ಹಸಿರು ಬಣ್ಣದ ಮೂಲಕ ಮಂಡಿಸಿದೆ. ಪ್ರದರ್ಶಕ ಜಾಹೀರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆ ಗೌಣವೆನಿಸಿ ಪ್ರದರ್ಶನ ಗುಣವೇ ಮುಖ್ಯವಾಗಿರುತ್ತದೆ.

೨. ವರ್ಗೀಕೃತ ಜಾಹೀರಾತು

ವರ್ಗೀಕೃತ ಜಾಹೀರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ಗಾತ್ರ ಮತ್ತು ಪ್ರಮಾಣವು ಕಡಿಮೆ ಇರುತ್ತದೆ. ಸಣ್ಣದಾದ ಅಕ್ಷರಗಳಲ್ಲಿ ಮುದ್ರಿಸಿರಲಾಗುತ್ತದೆ. ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಸಾರ್ವಜನಿಕರ ಅವಶ್ಯಕತೆಗಳಿಗೆ ಸ್ಪಂದಿಸುವ ಕೆಲಸ ಇಲ್ಲಿ ನಡೆಯುತ್ತದೆ. ಮನೆ ಮಾರಾಟ, ಸೈಟು ಕೊಳ್ಳಲು, ಆಟೋ ಮೊಬೈಲ್ ಮಾರಾಟ, ಸಣ್ಣಪುಟ್ಟ ವ್ಯಾಪಾರಸ್ಥರಿಗೆ, ಉದ್ಯೋಗ, ವಧು - ವರರ ಹುಡುಕಾಟ ಹೀಗೆ ಮುಂತಾದ ಅಗತ್ಯಗಳಿಗೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಜಾಹೀರಾತುಗಳಿರುತ್ತವೆ. ವಿವಿಧ ವರ್ಗದ ಜಾಹೀರಾತುಗಳನ್ನು ವರ್ಗೀಕರಿಸಿ ಒಂದೊಂದು ವಿಭಾಗದಲ್ಲಿ ಪತ್ರಿಕೆಯ ಒಂದು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಪುಟದಲ್ಲಿ ಪ್ರಕಟಗೊಂಡಿರುತ್ತವೆ.

ದಿನಪತ್ರಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಕಟವಾಗುವ ವರ್ಗೀಕೃತ ಜಾಹೀರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ಚಿತ್ರಗಳು ವಿಶಿಷ್ಟ ಪದರಚನೆ ಕಂಡುಬರುವುದು ವಿರಳ. ಇವುಗಳು ಪತ್ರಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಪಡೆಯುವ ಜಾಗ ಕಡಿಮೆಯಿದ್ದು ಪ್ರಕಟಣಾ ವೆಚ್ಚವೂ ಕಡಿಮೆಯಿರುತ್ತದೆ. ಹೆಚ್ಚು ಆಕರ್ಷಕವಾಗಿಲ್ಲದ ಕಾರಣ ಎಲ್ಲರ ಗಮನ ಸೆಳೆಯುವುದು ಕಷ್ಟವಾದರೂ ಅಗತ್ಯವಿರುವವರು ಮಾತ್ರ ಗಮನಿಸುತ್ತಾರೆ. ಇವುಗಳಲ್ಲಿಯೂ ಕೂಡಾ ಆಕರ್ಷಕವಾದ, ಚುರುಕಾದ ಚುಟುಕಾದ ಪದಬಳಕೆ ವಿಶಿಷ್ಟ ಗಾತ್ರದ ವಿನ್ಯಾಸದ ಅಕ್ಷರಗಳ ಜೋಡಣೆ ಕಾಣಬಹುದು.

ಇಂತಹ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಭಾಷಿಕ ತಂತ್ರಗಳೊಂದಿಗೆ ಪ್ರಕಟಗೊಂಡು ತಮ್ಮ ಪ್ರಚಾರ ಪಡೆಯುತ್ತದೆ. ಮಿಶ್ರ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆ, ಅಕ್ಷರಗಳ ಗಾತ್ರದ ವಿನ್ಯಾಸ ಇಲ್ಲಿ ಮುಖ್ಯವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಕನ್ನಡದ ಭಾಷೆಯ ಪತ್ರಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ಮತ್ತು ಹಿಂದಿ ಭಾಷೆಯ ಪ್ರಭಾವವು ಹೆಚ್ಚಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಉತ್ಪನ್ನದ ಹೆಸರನ್ನು ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ಲಿಪಿಯಲ್ಲೂ ಅವಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಮಾಹಿತಿ - ವಿವರಣೆಯು ಕನ್ನಡ ಅಥವಾ ಪತ್ರಿಕೆಗಳ ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಕಟಿಸಿರಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಬೇಕಾಗಿದ್ದಾರೆ, ತಕ್ಷಣ ಬೇಕಾಗಿದ್ದಾರೆ. Walkin intelview. Wanted ಮುಂತಾದ ಶೀರ್ಷಿಕೆಗಳನ್ನು ದಪ್ಪ ಅಕ್ಷರಗಳಲ್ಲಿ ಮುದ್ರಿಸಿ ಅದಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ವಿವರಣೆಯನ್ನು ಸಣ್ಣ ಅಕ್ಷರಗಳಲ್ಲಿ ಅವುಗಳ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ನೀಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಹಾಗೇ ಪತ್ರಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಎರಡು ಭಾಷೆಯ ಪದಗಳನ್ನು ಮಿಶ್ರಣ ಮಾಡಿ ಬಳಸಿ ಜಾಹೀರಾತನ್ನು ಹೆಚ್ಚು ಆಕರ್ಷಕಗೊಳಿಸುವುದುಂಟು.

ಉದಾ :

Tata Sky ಜೊತೆ ಫ್ಯಾಮಿಲಿ ಇರುತ್ತದೆ ಜೊತೆ ಜೊತೆ

Tata Sky ಹಾಕಿಸಿದರೆ ಎಲ್ಲರ ಲೈಫ್ ಜಿಂಗಲಾಲಾ.

ಈ ಜಾಹೀರಾತಿನಲ್ಲಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಮತ್ತು ಸೇವೆಯು ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿ ಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಪ್ರಕಟವಾಗಿದ್ದು,

ಫ್ಯಾಮಿಲಿ ಮತ್ತು ಲೈಫ್ ಎಂಬ ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ನಾಮಪದಗಳು ಕನ್ನಡ ಲಿಪಿಯಲ್ಲಿ ಬಳಕೆಯಾಗಿವೆ. ಅಲ್ಲದೆ ಪ್ರಾಸದಿಂದ ಕೂಡಿದ ಭಾಷಿಕ ರಚನೆಯು ಓದುಗನನ್ನು ಆಕರ್ಷಿಸುತ್ತವೆ. ಈ ರೀತಿ ವಿಶಿಷ್ಟ ಪದಬಂಧಗಳು ಮತ್ತು ಆಕರ್ಷಕ ವಿನ್ಯಾಸದಿಂದ ಕೂಡಿದ ಭಾಷಿಕ ರಚನೆಗಳು ಪತ್ರಿಕೆಗಳ ಜಾಹೀರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ಕಂಡು ಬರುವ ಭಾಷೆಯ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯವಾಗಿವೆ.

ಆ. ರೇಡಿಯೋದಲ್ಲಿ ಜಾಹೀರಾತು ಮತ್ತು ಭಾಷೆ

ರೇಡಿಯೋ ಇಂದು ಲಕ್ಷಾಂತರ ಜನರ ಮನೆ - ಮನವನ್ನು ತಲುಪುತ್ತಿರುವ ಪ್ರಬಲ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾದಂತಹ ಮಾಧ್ಯಮವಾಗಿದೆ. ಅಕ್ಷರಸ್ಥರು, ಅನಕ್ಷರಸ್ಥರೆಂಬ ಭೇದವಿಲ್ಲದೆ ಯಾವುದೇ ಕೆಲಸ ಕಾರ್ಯದಲ್ಲಿ ನಿರತರಾಗಿದ್ದೂ ಕೇಳುವಿಕೆಗೆ ಅವಕಾಶ ಒದಗಿಸಿರುವುದು ರೇಡಿಯೋ ಪ್ರಸಾರದ ಸೌಲಭ್ಯ. ಇಲ್ಲಿ ಮಾತಿನ ಮೂಲಕ, ಧ್ವನಿಯ ಏರಿಳಿತಗಳ ಮೂಲಕವೇ ಕೇಳುಗರನ್ನು ತಲುಪಲಾಗುತ್ತದೆ. ಮಾತಿನ ಬಳಕೆಯ ಮೇಲೆಯೇ ಒತ್ತಡ ಹೆಚ್ಚು ಕೇಳುವಿಕೆಯನ್ನು ಪ್ರಭಾವಿಸಲು ಜಾಹೀರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ಹಾಡಿನ ಮೂಲಕ ಇಲ್ಲವೇ ಕಥೆಯಂತೆ, ಘೋಷಣೆಯಂತೆ, ಪ್ರಕಟಣೆಗಳ ರೀತಿ ಭಾಷೆ ಬಳಕೆಯಾಗುತ್ತದೆ.

ರೇಡಿಯೋದಲ್ಲಿ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಕಡಿಮೆ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಹೇಳಬೇಕಾದುದನ್ನು ಅತ್ಯಂತ ವೇಗವಾಗಿ ಮಂಡಿಸಬೇಕಾದ ಅನಿವಾರ್ಯತೆ ಇರುತ್ತದೆ. ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ರೇಡಿಯೋದಲ್ಲಿ ಜಾಹೀರಾತು ಮಂಡಿಸುವವರು ವೇಗವಾಗಿ ಮಂಡಿಸುವಾಗ ಉಚ್ಚಾರಣೆಯ ಸ್ಪಷ್ಟತೆಯನ್ನು ಕಳೆದುಕೊಳ್ಳುವ ಸಾಧ್ಯತೆ ಹೆಚ್ಚು. ಜಾಹೀರಾತಿನ ಉದ್ದೇಶ ಸಂವಹನ ತಲುಪುವಿಕೆಯಾದ ಕಾರಣ ಜನರ ಗ್ರಹಿಕೆಯ ಕಡೆಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಒತ್ತು ನೀಡಬೇಕು. ಇಲ್ಲಿ ಪತ್ರಿಕೆಗಳಂತೆ ಮತ್ತೊಮ್ಮೆ ಓದಿ ತಿಳಿಯಲು ಮತ್ತು ನೋಡಲೂ, ಅಲ್ಲದೆ ಮತ್ತೊಮ್ಮೆ ಕೇಳಲೂ ಕೂಡಾ ಅವಕಾಶವಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಹಾಗಾಗಿ ಹೇಳಬೇಕಾದುದನ್ನು ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ, ನಿಖರವಾಗಿ, ಶ್ರೋತೃವಿಗೆ ಮನಮುಟ್ಟುವಂತೆ ಅರ್ಥವಾಗುವಂತೆ ಭಾಷೆಯನ್ನು ಬಳಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಧ್ವನಿಯ ಪರಿಣಾಮ ಮತ್ತು ಧ್ವನಿಯ ಏರಿಳಿತಗಳೂ ಇಲ್ಲಿ ಮುಖ್ಯ.

ರೇಡಿಯೋದಲ್ಲಿ ಜಾಹೀರಾತನ್ನು ಪ್ರಕಟಿಸಲು ವಸ್ತು ವಿಷಯದ ಆಯ್ಕೆಯೊಂದಿಗೆ ಅದನ್ನು ಯಶಸ್ವಿಯಾಗಿ ಕೇಳುಗರಿಗೆ ತಲುಪಿಸಬೇಕಾದ ಅಗತ್ಯವಿರುತ್ತದೆ. ಇಲ್ಲಿ ವಸ್ತುವಿನ ಚಿತ್ರ, ವಿನ್ಯಾಸ ಯಾವುದೂ ಕಾಣಲು ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲದ ಕಾರಣ ಎಲ್ಲವನ್ನೂ ಮಾತಿನ ಮೂಲಕವೇ ಕಟ್ಟಿಕೊಡಬೇಕು. ಕೇಳುವಿಕೆಯ ಮೂಲಕವೇ ಗ್ರಹಿಸಬೇಕು. ಇಂತಹ ರೇಡಿಯೋದ ಇತಿಮಿತಿಗಳಿಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ತಮ್ಮ ಭಾಷೆಯನ್ನು ರೂಪಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.

ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ರೇಡಿಯೋದಲ್ಲಿ ಪ್ರಸಾರಗೊಳ್ಳುವ ಕೆಲವು ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಭಾಷಿಕ ತಂತ್ರಗಳ ಬಳಕೆಯ ಮೂಲಕ ಹೆಚ್ಚು ಆಕರ್ಷಕವಾಗಿ ಕೇಳುಗರಿಗೆ ತಲುಪಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸುತ್ತವೆ. ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ಮಧ್ಯೆ ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ಪದಗಳ ಲೀಲಾಜಾಲವಾದ ಬಳಕೆಯು ನಿರರ್ಗಳವಾಗಿ ವೇಗವಾಗಿ ಮಾತನಾಡಲು ಹೆಚ್ಚು ಸಹಾಯಕವೆಂಬಂತೆ ತೋರುತ್ತದೆ.

ಉದಾ : ❖ Mili Magic Active

Mili Magic

ಒಂದು ತಾಜಾ ತ್ವಚೆ ಮತ್ತು ಹೊಳೆಯುವ Complectionಗಾಗಿ ಕೇವಲ Everyouth Dream Care ಬಳಸಿ. ಈ Light and clear face washನಲ್ಲಿದೆ Active Mile Capsules. ಅದು ಹೊಂದಿದೆ ನೈಸರ್ಗಿಕ Activeಗಳು ಮತ್ತು ಕೇಸರಿಯ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಸ್ಪಷ್ಟತೆ.

* ONCE MORE ONCE MORE.

ನೀವು ಹಾಡಿದರೂ ಜನ ಹೀಗೇ ಅಂತಾರ. ಬೆಂಗಳೂರಿನ ನಂ. ೧ ಧ್ವನಿ ನಿಮ್ಮದಾಗಬೇಕಾದರೆ Voice of Bangalore ನೀವಾಗಬೇಕಾದರೆ Additionನಲ್ಲಿ ನೀವೂ ಭಾಗವಹಿಸಿ ಬೇಗ.

ಇಂತಹ ಜಾಹೀರಾತಿನ ಮಂಡನೆಯಲ್ಲಿ ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ಪದಗಳಿಗೆ ಕನ್ನಡದ ಪ್ರತ್ಯಗಳನ್ನು ಸೇರಿಸಿ ನಿರರ್ಗಳವಾಗಿ ಮಾತನಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ.

ರೇಡಿಯೋದಲ್ಲಿ ಬಳಸುವ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಅನುಸರಿಸುವ ಭಾಷಿಕ ತಂತ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಾಸ ಪದಬಳಕೆ ವ್ಯಾಪಕವಾದುದು. ಪ್ರಾಸಪದ ಬಳಕೆ ಕೇಳುವಿಕೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚು ಪ್ರಚೋದಿಸುತ್ತದೆ. ಕೇಳಲು ಅಂತಹ ಪದ ಬಳಕೆಯು ಹಿತವೆನಿಸುತ್ತದೆ. ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಗೀತ ಸಂಯೋಜನೆಯೊಂದಿಗೆ ಗೀತೆಗಳ ರೂಪದಲ್ಲಿ ಪ್ರಾಸಪದಗಳ ಬಳಸಿ ಜಾಹೀರಾತುಗಳನ್ನು ಮಂಡಿಸುತ್ತವೆ.

ಉದಾ :

- ಮದುವೆ ಸೀರೆಗಳಿಗೆ ಪ್ರತ್ಯೇಕ ಮಂದಿರ, ಕಳಾಮಂದಿರಾ, ಕಳಾಮಂದಿರಾ.
- ಕೈ ಕೆಸರಾದರೆ ಬಾಯ್ ಮೊಸರು
ತಾಜಾ ತಾಜಾ ನಂದಿನಿ ಮೊಸರು
ಹಿತಮಿತ ಹುಳಿಯ ಪರಿಶುದ್ಧ ಮೊಸರು
ತಾಜಾ ತಾಜಾ ನಂದಿನಿ ಮೊಸರು.

ರೇಡಿಯೋದಲ್ಲಿ ಜಾಹೀರಾತು ಮಂಡನೆಯಾಗುವ ಮತ್ತೊಂದು ಬಗೆಯೆಂದರೆ ಕಥನ ಕ್ರಮದ ಮೂಲಕ. ರೇಡಿಯೋದಲ್ಲಿ ವಸ್ತುವಿನ ದೃಶ್ಯ ಕಾಣಲು ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲದ ಕಾರಣ ಆ ಉತ್ಪನ್ನದ ಗುಣಮಟ್ಟ ಮತ್ತು ಪ್ರಯೋಜನ ರಿಯಾಯಿತಿ, ಕೊಡುಗೆ ಕುರಿತು ಹೇಳಲು ಕಥೆಯ ಮಾದರಿಯನ್ನು ಅನುಸರಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ರೀತಿಯ Story Making ಜಾಹೀರಾತು ಮಂಡನೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖ ಪಾತ್ರವಹಿಸುತ್ತವೆ. ಒಂದು ಕಥೆಯೇ ಇಡೀ ಜಾಹೀರಾತಿನ ಪ್ರತಿನಿಧಿಯಾಗಿರುತ್ತದೆ.

ಉದಾ :

- ನನ್ನ ಮಗ ನನ್ನ ವಾಚ್ ತಗೊಂಡೋಗಿದ್ದಾನೆ ಅದೂ ನನಗೆ ಹೇಳದೆ ಗೊತ್ತಾ ?
ಕಳ್ಳಾನಾ?
ಇಲ್ಲ.
ಪರೀಕ್ಷೆಗಂತಾ ತಗೊಂಡೋಗಿರಬಹುದು.

ಸಾರ್. Titan Watch exchange offer ನಡೀತಾ ಇದೆ.

ಯಾವುದೇ ಹಳೆ ವಾಚ್ ನೀಡಿ ರಿಯಾಯಿತಿ ಮೇರೆಗೆ ಹೊಸ ವಾಚ್ ಖರೀದಿಸಬಹುದು ಗೊತ್ತಾ!

❖ Hai, ನಾನು ಉಷಾ

ಬಟ್ಟೆಗಳ ಹೊಳಪು ಕಾಪಾಡೋದು ನನಗೆ ಗೊತ್ತಿದೆ. ನನ್ನ Husband ಹತ್ರ ಒಂದು lucky Shirt ಇದೆ. ಎಷ್ಟು ಹಳೇದು? ಅದು ಗುಟ್ಟು ನಾನು wash ಮಾಡಿದ ಮೇಲೆ compfort fabric conditionನಲ್ಲಿ ಅದ್ದುವುದರಿಂದ. ಅದು ಇನ್ನೂ New New. ಹಾಗಾಗಿ ಅದು ನನಗೂ Lucky Shirt. ನೀವೂ comfort try ಮಾಡಿ.

ಕಥನ ಕ್ರಮದ ಮಂಡನೆಯಿರುವ ಈ ಜಾಹೀರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ನಾಮಪದ, ನಾಮ ವಿಶೇಷಣಗಳಲ್ಲಿ, ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಹೆಸರುಗಳೆಲ್ಲಾ ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿಯೇ ಇವೆ. ಅದರೊಂದಿಗೆ ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯವಾದ ದ್ವಿರುಕ್ತಿ ಬಳಕೆಯು ಇಲ್ಲಿ ಆಂಗ್ಲ ಭಾಷೆಯ ಪದ ಬಳಕೆಯಲ್ಲಿ 'New New' ಎಂಬಲ್ಲಿ ಬಳಕೆಯಾಗಿರುವುದು ಗಮನಾರ್ಹ.

ರೇಡಿಯೋ ವಾಹಿನಿಗಳು ತಮ್ಮ ತಮ್ಮ ವಾಹಿನಿಗಳಿಗೆ ಮತ್ತು ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳಿಗೆ ತಾವೇ ಜಾಹೀರಾತನ್ನು ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುತ್ತವೆ. ವಿಶಿಷ್ಟ ಪದ ಸಂಯೋಜನೆ ನುಡಿ ಬೆರಕೆ, ಪಲ್ಲಟದೊಂದಿಗೆ ರಾಗ - ತಾಳ ಸಂಯೋಜನೆಯೊಂದಿಗೆ ಕೂಡಿ ಕೇಳುವಿಕೆಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಪೂರಕವಾಗಿರುತ್ತವೆ.

ಉದಾ :

❖ ಎಫ್.ಎಂ. ರೈನ್‌ಬೋ., ಎಫ್.ಎಂ. ರೈನ್‌ಬೋ., ಕನ್ನಡ ಕಾಮನ ಬಿಲ್ಲು

❖ **ಬೆಂಗಳೂರಿನ ಬೊಂಬಾಟ ಮ್ಯೂಸಿಕ್ ಸ್ಟೇಷನ್** Fever 104 FM

❖ ಎಸ್.ಎಫ್.ಎಂ. 93.5 ಕೇಳಿ ಕೇಳಿಸಿ ಲೈಫ್ ನಿಮ್ಮದಾಗಿಸಿ.

ಇಂತಹ ಜಾಹೀರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ಸಂಗೀತ ಸಂಯೋಜನೆಯೊಂದಿಗೆ ಧ್ವನಿ ಏರಿಳಿತವೂ ಮುಖ್ಯ. ಎರಡನೇ ಜಾಹೀರಾತಿನಲ್ಲಿ ಕೊನೆಯ ಹೇಳಿಕೆಯಾದ 'Fever 104 FM' ಎಂಬುದನ್ನು ಪಿಸುಗುಡಲಾಗುವುದು.

ಇದಲ್ಲದೆ ಒಂದು ಕಾರ್ಯ ಕ್ಷೇತ್ರ, ಒಂದು ವ್ಯವಸ್ಥೆಗೆ ಮಾತ್ರವೇ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಭಾಷೆಯ ರಿಜಿಸ್ಟರ್ (Rigester)ಗಳನ್ನು ಮತ್ತೊಂದು ವಿಷಯದ ವ್ಯಾಪ್ತಿಗೆ ಒಳಪಡಿಸಿ ಮಂಡಿಸುವ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಕೇಳಲು ಹೆಚ್ಚು ಆಕರ್ಷಕವೆನಿಸುತ್ತವೆ.

ಉದಾ :

"ಪ್ರತಿದಿನ ನಲವತ್ತು ನಿಮಿಷಗಳ ನಾನ್‌ಸ್ಟಾಪ್ ಮ್ಯೂಸಿಕ್ ರೈಲು ೧೦ಳ ಪ್ಲಾಟ್ ಫಾರಂನಿಂದ ಹೊರಡುತ್ತದೆ."

ಈ ಜಾಹೀರಾತಿನಲ್ಲಿ ರೈಲ್ವೇ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಪದಗಳನ್ನು ರೇಡಿಯೋ ವಾಹಿನಿಯೊಂದರ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದ ಜಾಹೀರಾತುಗಾಗಿ ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ. ಈ ರೀತಿಯ ವೈವಿಧ್ಯಮಯವಾದ ಭಾಷಿಕ ತಂತ್ರಗಳ ಬಳಕೆಯು ಬಹು ಬೇಗ ಜನರನ್ನು ಆಕರ್ಷಿಸುತ್ತದೆ.

ಒಟ್ಟಾರೆ ರೇಡಿಯೋ ವಾಹಿನಿಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಸಾರವಾಗುವ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಹಿಂದಿ ಮತ್ತು ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿರುತ್ತವೆ. ಕನ್ನಡದಲ್ಲಿ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಪ್ರಕಟವಾದರೂ ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ಪದ ಬಳಕೆ ಇಲ್ಲದೇ ಇರುವುದು ವಿರಳ. ರೇಡಿಯೋದ ಜಾಹೀರಾತು ಮಂಡನೆಯು ಮಾತು - ಧ್ವನಿ ಮತ್ತು ಕೇಳುವಿಕೆ ಗ್ರಹಿಸುವಿಕೆಯನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿರುತ್ತದೆ.

ಇ. ದೂರದರ್ಶನದಲ್ಲಿ ಜಾಹೀರಾತು ಮತ್ತು ಭಾಷೆ

ದೂರದರ್ಶನದ ಜಾಹೀರಾತುಗಳ ಪ್ರಸಾರದಲ್ಲಿ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆಯ ಅಗತ್ಯತೆ ಅತ್ಯಂತ ಸೀಮಿತವಾದುದು. ಭಾಷೆಯ ಮಾತಿನ ರೂಪದ ಬಳಕೆಯೇ ಇಲ್ಲದ ದೃಶ್ಯ - ಸಂಗೀತ ಸಂಯೋಜನೆ ಮತ್ತು ಭಾಷೆಯ ಬರಹದ ಮೂಲಕ ಹೇಳಬೇಕಾದುದನ್ನು ಹೇಳಲು ಸಾಧ್ಯ. ದೃಶ್ಯ ಮಾತು - ಬರಹ ಮೂರು ರೀತಿಯ ಬಳಕೆ ದೂರದರ್ಶನದಲ್ಲಿ ಸಾಧ್ಯವಿರುವ ಕಾರಣ ಜಾಹೀರಾತು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಪ್ರಸಾರವಾಗುತ್ತದೆ. ದೂರದರ್ಶನದ ಜಾಹೀರಾತಿನಲ್ಲಿ ಭಾಷೆ ಕೆಲವು ಪದಗಳಿಗೋ, ಕೆಲವು ವಾಕ್ಯಗಳಿಗೋ ಸೀಮಿತವಾಗಿದ್ದು ದೃಶ್ಯ, ಬಣ್ಣ, ಸನ್ನಿವೇಶ, ಮುಖಭಾವ, ವ್ಯಕ್ತಿ, ಅನಿಮೇಷನ್‌ನಂತಹ ಪರ್ಯಾಯ ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಿ ಮತ್ತು ಸಂಗೀತ ಸಂಯೋಜನೆಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯಿರುತ್ತದೆ. ಆದರೆ ಇವುಗಳೊಂದಿಗೆ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆ ಹೆಚ್ಚು ಅರ್ಥಪೂರ್ಣವು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯೂ ಆದುದು.

ಒಂದು ಉದಾಹರಣೆಯನ್ನು ಗಮನಿಸೋಣ :

ನಲ್ಲಿಯಲ್ಲಿ ನೀರು ನಿರಂತರವಾಗಿ ಸುರಿಯುತ್ತಿರುತ್ತದೆ. ವ್ಯಕ್ತಿಯೊಬ್ಬ ಮುಖಕ್ಕೆ ನೀರು ಎರಚಿಕೊಂಡು, ಮುಖಕ್ಕೆ ಸೋಪು ಹಾಕಿ, ಉಜ್ಜಿಕೊಂಡು ನೀರಿಗಾಗಿ ಬೊಗಸೆ ಚಾಚಿದಾಗ ನೀರು ನಿಂತು ಹೋಗುತ್ತದೆ. ಈ ಜಾಹೀರಾತಿನಲ್ಲಿ ಒಂದೇ ಒಂದು ಮಾತಾಗಲೀ ಬರಹವಾಗಲೀ ಇಲ್ಲ. ಇಡೀ ದೃಶ್ಯ ನೀರನ್ನು ಸಂರಕ್ಷಿಸುವ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಸಂವಹನಗೊಳಿಸಿದೆ. ಇಲ್ಲಿ ಇಡೀ ದೃಶ್ಯವೇ ಒಂದು ಜಾಹೀರಾತಾಗಿದೆ. ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಯಾವುದೇ ಅಡೆತಡೆಯಿಲ್ಲದೆ ಈ ಸಂದೇಶವನ್ನು ಗ್ರಹಿಸುತ್ತಾನೆ. ದೃಶ್ಯದ ಜೊತೆಗೆ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆಯಿದ್ದಿದ್ದರೆ ಇನ್ನೂ ಹೆಚ್ಚು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿರುತ್ತಿತ್ತು.

ದೂರದರ್ಶನದಲ್ಲಿ ಜಾಹೀರಾತಿಗೊಳಿಸಲು ಪ್ರತಿ ಸೆಕೆಂಡಿಗೂ ಹಣ ಪಾವತಿಸಬೇಕಾದ ಕಾರಣ ಗಂಟೆಗಟ್ಟಲೆ ವಿವರಿಸುತ್ತಾ ಕೂರಲು ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲ. ಅತ್ಯಂತ ಕಡಿಮೆ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ, ನೇರವಾಗಿ, ನಿಖರವಾಗಿ ವಿಷಯ ಮಂಡಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ದೂರದರ್ಶನದಲ್ಲಿನ ಕನ್ನಡದಲ್ಲಿ ಪ್ರಸಾರಗೊಳ್ಳುವ ಜಾಹೀರಾತುಗಳನ್ನು ಗಮನಿಸಿದಾಗ ಬಹುಪಾಲು ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಬೇರೆ ಭಾಷೆಯವಾಗಿದ್ದು ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಗೆ ಅನುವಾದಗೊಂಡಿರುತ್ತವೆ. ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಹೊಸ ಸಾಧ್ಯತೆಯು ಭಾಷೆಯ ಅನುವಾದ (ಭಾಷಾಂತರ) ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖ ಪಾತ್ರವಹಿಸುತ್ತವೆ. ಮೂಲ ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿ ಸಿದ್ಧಗೊಂಡ ಅವತರಣಿಕೆಯ ಧ್ವನಿ ವಾಹಿನಿಯನ್ನು ಅಳಿಸಿ ಅದೇ ಜಾಗದಲ್ಲಿ ಮತ್ತೊಂದು ಭಾಷೆಯ ಧ್ವನಿ ಸರಣಿಯನ್ನು ಲೇಪಿಸಿ ಪ್ರಸಾರಗೊಳಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಎಲ್ಲಾ ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಭಾಷೆಯ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ದೂರದರ್ಶನದಲ್ಲಿ ಪ್ರಸಾರಗೊಳ್ಳುವಾಗ ಇದೇ ಭಾಷಾಂತರ ಕ್ರಮವನ್ನು ಅನುಸರಿಸುತ್ತವೆ.

ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಈ ಹೊಸ ಆಯಾಮ ಭಾಷಾ ಬಳಕೆಗೆ ಸವಾಲನ್ನು ಉಂಟುಮಾಡಿದೆ. ಒಂದು ಭಾಷೆಯ ಜಾಹೀರಾತನ್ನು ಮತ್ತೊಂದು ಭಾಷೆಗೆ ಭಾಷಾಂತರಿಸುವುದು ಅಷ್ಟು ಸುಲಭದ ಮಾತಲ್ಲ. ಜಾಹೀರಾತು ಪ್ರಸಾರಗೊಳ್ಳುವ ಕಾಲಾವಧಿ, ಸನ್ನಿವೇಶ, ಸಂದರ್ಭ, ವ್ಯಕ್ತಿ, ಮುಖಭಾವ, ಎಲ್ಲದಕ್ಕೂ ಹೊಂದಾಣಿಕೆಯಾಗುವ ಪದರ ಚಲನೆಯನ್ನು ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಭಾಷೆಯೊಂದು (ಕನ್ನಡ) ರೂಪಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ಭಾಷಾಂತರ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ನಡೆಯಲು ಎರಡು ಮುಖ್ಯ ಅಂಶಗಳು ಭಾಷಾಂತರ ಕ್ರಿಯೆಯ ನಿಯಂತ್ರಕಗಳಾಗಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡುತ್ತವೆ.

೧. **ಕಾಲಮಿತಿ :** ಕಾಲಮಿತಿಯೆಂದರೆ ಮೂಲರೂಪವನ್ನು ಉಚ್ಚರಿಸಲು ಎಷ್ಟು ಅವಧಿಯನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಲಾಗಿತ್ತೋ ಅಷ್ಟೇ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಮಾತನಾಡಿ ಮುಗಿಸಬಲ್ಲ ಪದಕೋಶದ ಸಂಖ್ಯೆ ಕಾಯ್ದುಕೊಳ್ಳುವುದು. ಭಾಷೆಯ ಪದಸಂಖ್ಯೆ ಜೊತೆಗೆ ಲಯ - ಭಾವವನ್ನು ಸಹಾ ಅನುಸರಿಸಬೇಕು.

೨. ಮೂಲ ಧ್ವನಿಯು ಯಾವುದೇ ಒಂದು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ವಸ್ತುವನ್ನು ಹೊಂದಿ ಅದನ್ನು ಒಪ್ಪಿರುವ ಧ್ವನಿಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ನಮ್ಮ ಭಾಷೆಯ ಧ್ವನಿಯೂ ಇರಬೇಕು. ಅದರೊಂದಿಗೆ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆಯು ತುಟಿ ಚಲನೆಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ರೂಪುಗೊಂಡಿರಬೇಕು.

ಈ ರೀತಿ ಜಾಹೀರಾತುಗಳನ್ನು ಭಾಷಾಂತರಿಸಲು ಭಾಷಾಂತರ ಕಾರನಿಗೆ ಎರಡೂ ಭಾಷೆಗಳ ಪದಕೋಶ ಮತ್ತು ವ್ಯಾಕರಣ ಸಾಮರ್ಥ್ಯದೊಂದಿಗೆ ಭಾಷೆಯ ಸೂಕ್ಷ್ಮತೆಗಳನ್ನು ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಅಗತ್ಯಕ್ಕೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಬೆಸೆಯುವ ಸೃಜನಶೀಲ ಗುಣವೂ ಇರಬೇಕು. ಇಲ್ಲವಾದಲ್ಲಿ ಭಾಷಾಂತರಗೊಂಡ ಜಾಹೀರಾತು ಅಪಹಾಸ್ಯಕ್ಕೆ ಗುರಿಯಾಗಬಹುದು. ಇಲ್ಲವೇ ಅರ್ಥಪೂರ್ಣವೆನಿಸದಿರಬಹುದು.

ಉದಾಹರಣೆಗೆ : ಇತ್ತೀಚೆಗೆ ದೂರದರ್ಶನದಲ್ಲಿ ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಸಾರವಾದ ಭಾಷಾಂತರಗೊಂಡ ಒಂದು ಜಾಹೀರಾತು ಹೀಗಿದೆ. 'ಕುರ್‌ಕುರೆ ದೇಸೀ ಬೀಟ್' ಉತ್ಪನ್ನದ ಜಾಹೀರಾತಿನಲ್ಲಿ ಮಾಡೆಲ್ ಆದ ಕರೀನಾ ಕಪೂರ್ ಕಾರಿನಲ್ಲಿ ಹಳ್ಳಿಗೆ ಬಂದಾಗ ಕಾರು ಪಂಚರ್ ಆಗುತ್ತದೆ. ಆಗ ಒಬ್ಬ ಹಳ್ಳಿ ಮುದುಕ ಸೈಕಲ್ ತುಳಿಯುತ್ತಾ ಬರುತ್ತಾನೆ. ಆಕೆ ಆತನನ್ನು ಕೂಗಿ ಕರೆದು ಸಹಾಯ ಬೇಡುತ್ತಾಳೆ. ಆದರೂ ಆತ ನಿಲ್ಲದೆ ಹೋಗುವ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಆಕೆ ಸಿಟ್ಟುಗೊಂಡು "ಹಳ್ಳಿ ಹುಡುಗ" ಎಂದು ಬೈಯುತ್ತಾಳೆ. 'ಮುದುಕ'ನನ್ನು ಚಿತ್ರದಲ್ಲಿ ತೋರಿಸಿ 'ಹುಡುಗ' ಎಂದು ಬೈಯುವುದು ನಿಜಕ್ಕೂ ನಗೆತರಿಸುತ್ತದೆ. ಈ ಇಡೀ ಜಾಹೀರಾತು ಹಿಂದಿ ಭಾಷೆಯಿಂದ ಕನ್ನಡಕ್ಕೆ ಭಾಷಾಂತರಗೊಂಡದ್ದು ಮೂಲ ಹಿಂದಿ ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿ ಆಕೆ "ಗಾಂವ್ ವಾಲಾ" ಎಂದು ಹೇಳಿದ್ದನ್ನು "ಹಳ್ಳಿ ಹೈದಾ" ಎಂದು ಅನುವಾದಿಸಿದ್ದಿದ್ದರೆ ಭಾಷಾಂತರವು ಹೆಚ್ಚು ಅರ್ಥಪೂರ್ಣವಾಗಿದ್ದು, ಉಚಿತವೆನಿಸುತ್ತಿದ್ದು ದೃಶ್ಯದೊಂದಿಗೆ ಮಾತೂ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗುತ್ತಿತ್ತು.

ದೂರದರ್ಶನವು ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಜಾಹೀರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖವಾದ ಭಾಷಾ ತಂತ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕ, ವೀಕ್ಷಕನನ್ನೇ ಕುರಿತಂತೆ ಮಾತನಾಡುವುದು, ಇಲ್ಲವೇ ಸಂಬೋಧನಾರ್ಥಕ ಪದಗಳ ವ್ಯಾಪಕವಾದ ಬಳಕೆಯು ಮುಖ್ಯವಾದುದು. ಆ ಮೂಲಕ ವೀಕ್ಷಕನ ಗಮನವನ್ನು ಜಾಹೀರಾತುಗಳತ್ತ ಸೆಳೆಯಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸುತ್ತವೆ. 'ನೋಡಿರಿ...', 'ಪಡೆಯಿರಿ...', 'ಕೇಳಿ...', 'ನಿಲ್ಲಿ...' ಮುಂತಾದ ಪದಗಳ ಬಳಕೆಯು ಬಹುಬೇಗ ವೀಕ್ಷಕನ ಗಮನ ಸೆಳೆಯುತ್ತವೆ.

ಉದಾ :

೧. ನಿಲ್ಲಿ... ನಿಮ್ಮ ಟೂತ್ ಪೇಸ್ಟ್‌ನಲ್ಲಿ ಉಪ್ಪು ಇದೆಯೇ?

೨. ತಡೆಯಿರಿ! ನೀವು ಫೇಸ್ ಕ್ರೀಮ್ ಬಳಸುವ ಮೊದಲು ಅದು ನಿಮ್ಮ ತ್ವಚೆಗೆ ಸೂಕ್ತವೆಂದು ಪರೀಕ್ಷಿಸಿದ್ದೀರಾ.

೩. ಕೇಳಿ... ನಿಮ್ಮ ಟಾಯ್ಲೆಟ್ಟಿಗೆ ನೀವೇನು ಬಳಸುತ್ತೀರಿ?

ಇಂತಹ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ವೀಕ್ಷಕನನ್ನೇ ಕುರಿತು ಹೇಳುವಂತೆ ಭಾಸವಾಗಿ ವೀಕ್ಷಕ ಗಮನವಿಟ್ಟು ವೀಕ್ಷಿಸಲೇಬೇಕೆಂಬ ಒತ್ತಡತರುವಂತಹ ಸಂಬೋಧನಾ ಪದಗಳನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತವೆ.

ದೂರದರ್ಶನದ ಜಾಹೀರಾತಿನ ಭಾಷಾಬಳಕೆಯಲ್ಲಿ ಅನ್ಯಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆಯು ಕಂಡುಬರುವುದನ್ನು ಕಾಣಬಹುದು. ಅದು ಕೆಲವು ಪದಗಳಲ್ಲಿ ಇರಬಹುದು ಇಲ್ಲವೇ ವಾಕ್ಯವೇ ಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಬೇರೆ ಭಾಷೆಯದ್ದಾಗಿರಬಹುದು. ಅಂತಹ ಕೆಲವು ಉದಾಹರಣೆಗಳನ್ನು ಗಮನಿಸೋಣ.

೧. ಹೊಸ VIM PACKನ ಮೇಲೆ Plastic cote ಇದೆ. ಬಹುಕಾಲ ಬಾಳಿಕೆ ಬರುತ್ತದೆ.

೨. Airwick electrical

It's good to be a home

೩. Hero Honda देश का धडकन!

೪. Roopa under wear and Baniyans ये अंदर कि बात है!

ದೂರದರ್ಶನದ ಕನ್ನಡ ವಾಹಿನಿಗಳಲ್ಲೇ ಪ್ರಸಾರವಾದರೂ ಈ ಜಾಹೀರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ನುಡಿಬೆರಕೆ - ನುಡಿ ಜಿಗಿತದ ಅಂಶಗಳು ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ಕಂಡುಬರುತ್ತವೆ. ಮೊದಲನೆಯ ಜಾಹೀರಾತು ಕನ್ನಡ ವಾಕ್ಯ ರಚನೆಯಲ್ಲಿ ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ಪದಗಳು ಸೇರಿದ್ದರೆ ಎರಡನೆಯ ಜಾಹೀರಾತಿನ ಉದಾಹರಣೆಯಲ್ಲಿ ಇಡೀ ವಾಕ್ಯವೇ ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ಭಾಷೆಯದಾಗಿದೆ. ಮೂರು ಮತ್ತು ನಾಲ್ಕನೇ ಜಾಹೀರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ಹಿಂದಿ ಭಾಷೆಯ ವಾಕ್ಯಗಳ ಬಳಕೆಯಿರುವುದು ಕಾಣಬಹುದು.

ದೂರದರ್ಶನದಲ್ಲಿ ಸಂಗೀತ, ನೃತ್ಯ, ರಾಗ, ತಾಳ, ಲಯ, ಭಾವ, ದೃಶ್ಯದೊಂದಿಗಿನ ಸಂಯೋಜನೆ ಜೊತೆಗೆ ಕಾವ್ಯಮಯವಾದ ಭಾಷೆಯು ಜಾಹೀರಾತಿನ ಪ್ರಸಾರದಲ್ಲಿ ಮುಖ್ಯ ಪಾತ್ರವಹಿಸುತ್ತದೆ. ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಸಂಗೀತದೊಂದಿಗೆ ಹಾಡಿನ ರೂಪದಲ್ಲಿ ಪ್ರಸಾರಗೊಂಡಾಗ ಹಾಡಿನೊಂದಿಗೆ ಆ ಉತ್ಪನ್ನವೂ ವೀಕ್ಷಕರ ಗ್ರಾಹಕರ ಮನಸೂರೆಗೊಳ್ಳುತ್ತದೆ.

ಉದಾ :

- Vivel Soapಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಜಾಹೀರಾತಿನ ಭಾಷೆ ಹೀಗಿದೆ.

  ನೀನೆ ನೀನೆ ಎಲ್ಲೆಲ್ಲೂ ನೀನೆ

  ಎಂದೆಂದು ನೀನೆ ನನ್ನಲ್ಲು ನೀನೆ.

ನಿನ್ನ ರೂಪ ನನ್ನ ಕಣ್ಣಲ್ಲಿ
ಜಗ ಕಾಣೆನು ನಾ ಕಣ್ಣಲ್ಲಿ
ಕನಸಲ್ಲೂ ಮನಸಲ್ಲೂ ನೀನೆ.

ಈ ಜಾಹೀರಾತಿನ ಹಾಡಿನಲ್ಲಿ ಉತ್ಪನ್ನದ ಹೆಸರಿನ ಪ್ರಸ್ತಾಪವೇ ಬರುವುದಿಲ್ಲ. ಆದರೆ ದೃಶ್ಯ ರೂಪದಲ್ಲೂ ಮುಂಡನೆ ಸಾಧ್ಯವಿರುವ ಕಾರಣ ಸೋಪನ್ನು ಬಳಸಿದ ಗೃಹಿಣಿಯಿಂದ ಆಕೆಯ ಗಂಡನು ಹೇಗೆ ಆಕೆಗೆ ಮನಸೋತಿರುವನೆಂಬುದನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿದೆ. ಈ ಕಾವ್ಯ ಭಾಷೆ ಪ್ರಾಸ ಪದಗಳು, ದೃಶ್ಯ, ಸಂಗೀತ, ಸಂಯೋಜನೆಯಿಂದ ಹೆಚ್ಚು ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗುತ್ತದೆ.

- ಪ್ಯಾರಾಚೂಟ್ ಅಡ್ವಾನ್ಸ್ ಶಾಂಪುವೊಂದರ ಜಾಹೀರಾತಿನಲ್ಲಿ ಕೇವಲ ಒಂದು ವಾಕ್ಯ ಮಾತ್ರವೇ ಜಾಹೀರಾತಿನ ಉದ್ದಕ್ಕೂ ಪ್ರಸಾರವಾಗುತ್ತದೆ. 'ಏನಾಗುವುದು ನನ್ನ ಅವತಾರ' ಎಂಬ ಒಂದೇ ಒಂದು ವಾಕ್ಯ ಸುಮಾರು ಒಂದು ನಿಮಿಷದ ಜಾಹೀರಾತಿನಲ್ಲಿ ಬದಲಾಗುವ ಕೇಶ ಶೈಲಿ, ವಸ್ತ್ರ, ಸನ್ನಿವೇಶಕ್ಕೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಧ್ವನಿಯ ಏರಿಳಿತಗಳ ಮೂಲಕ ವೈವಿಧ್ಯಮಯವಾಗಿ ಬಳಸಿಕೊಂಡು ಬಳಸುವ ಒಂದು ವಾಕ್ಯವನ್ನೇ ಹೆಚ್ಚು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಗೊಳಿಸುತ್ತದೆ.

ದೂರದರ್ಶನದ ಜಾಹೀರಾತುಗಳೂ ಕೂಡಾ ಭಾಷೆಯ ಕಥನ ತಂತ್ರವನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಂಡು ಒಂದು ಉತ್ಪನ್ನದ ಪ್ರಚಾರಕ್ಕಾಗಿ ಒಂದು ಚಿಕ್ಕ ಕಥೆಯನ್ನು ಹೆಣೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ. ಭಾಷೆಯ ಈ ತಂತ್ರವು ದೂರದರ್ಶನದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಜಾಹೀರಾತನ್ನು ಮಂಡಿಸುತ್ತದೆ.

ಉದಾ : 'ನಾನು ಎಂದೂ ಆಸ್ಪತ್ರೆಗೆ ಹೋದವನೇ ಅಲ್ಲ' ಎಂಬ ವಾಕ್ಯದ ಬಳಕೆಯೊಂದಿಗೆ ವಿವಿಧ ಸನ್ನಿವೇಶವನ್ನು ತೋರಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಮೆಟ್ಟಿಲಿನಿಂದ ಜಾರಿ ಬೀಳುವುದು, ಅಪಘಾತಕ್ಕೆ ಒಳಗಾಗುವುದು. ಆದರೂ ಆಸ್ಪತ್ರೆಯ ಕಡೆ ಹೋಗೋಲ್ಲ ಅಂತಹ ವ್ಯಕ್ತಿ ಆಸ್ಪತ್ರೆ ಸೇರಲು ಒಂದು ಸೊಳ್ಳೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ. ಆಗ ನರ್ಸು ಕಪ್ಪು HIT ಬಳಸಲು ಸೂಚಿಸಿ ಒಂದು ಸೊಳ್ಳೆಯೂ ಅಪಾಯಕಾರಿಯೆಂದು ತಿಳಿಸುತ್ತಾಳೆ.

ಇಡೀ ಜಾಹೀರಾತು 'ಕಪ್ಪು HIT' ಕ್ರಿಮಿನಾಶಕ ಕುರಿತದ್ದು. ಅದರ ಮಂಡನೆಗೆ ಒಂದು ಕಥೆಯನ್ನೇ ಹೆಣೆಯಲಾಗಿದೆ. ಇಂತಹ ಭಾಷಿಕ ತಂತ್ರದ ಬಳಕೆಯು ಹೆಚ್ಚು ಆಕರ್ಷಕ ಮತ್ತು ಸುಲಭವಾಗಿ ವೀಕ್ಷಕನಿಗೆ ತಲುಪುತ್ತವೆ.

ಮತ್ತೊಂದು ದೂರದರ್ಶನದ ಜಾಹೀರಾತನ್ನು ಗಮನಿಸೋಣ.

ಡೈರಿ ಮಿಲ್ಕ್ ಚಾಕೋಲೇಟಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಒಂದು ಜಾಹೀರಾತು ಹೀಗಿದೆ.

ಇಂದು ದಿನ ಸುದಿನ ಒಂದು ತಾರೀಖಿನ
ತಕದಿಮಿ ಕುಣಿಯೋ ದಿನ ಒಂದು ತಾರೀಖಿನ
ಮನೆಗೆ ಬಂದರೆ ಹೆಂಡತಿ ಅಂದಳು
ಬೇಗ ತಿಂದು, ಸಿನಿಮಾಕೆ ಹೋಗೋಣ ಕೈ ಕೈ ಹಿಡಿದು

ಕೇಳಬೇಡಿ ಕಾರಣ ಇಂದು ತಾರೀಖು ಒಂದು

ತಿನ್ನೋಣ ಸಿಹಿ ಇಂದು ತಾರೀಖು ಒಂದು

ತಕದಿಮಿ ಕುಣಿಯೋ ಇಂದು ತಾರೀಖು ಒಂದು.

ಈ ಜಾಹೀರಾತು ಹಾಡಿನ ರೂಪದಲ್ಲಿದ್ದು ದೃಶ್ಯ ಸಂಯೋಜನೆಯೊಂದಿಗೆ ಪ್ರಸಾರವಾದಾಗ ಹೆಚ್ಚು ಅರ್ಥಪೂರ್ಣವೆನಿಸುತ್ತದೆ. ಕಾರಣ ಈ ಭಾಷೆ ಬಳಕೆ ಮಾತ್ರವೇ ಗಮನಿಸಿದರೆ ಗೊಂದಲವೆನಿಸಬಹುದು. ಕಾರಣ ಎಲ್ಲಿಯೂ ಉತ್ಪನ್ನದ ಹೆಸರು ಬಳಕೆಯಾಗಿಲ್ಲ. ಒಂದನೇ ತಾರೀಖಿಗೇ ಹೆಚ್ಚು ಒತ್ತನ್ನು ನೀಡಲಾಗಿದೆ. ಆದರೆ ಇಡೀ ಹಾಡನ್ನು ದೃಶ್ಯದಲ್ಲಿ ಗಮನಿಸಿದರೆ ಪ್ರತೀ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲೂ ಡೈರಿ ಮಿಲ್ಕ್ ಚಾಕೋಲೇಟನ್ನು ಕಾಣಬಹುದು.

ಈ ಜಾಹೀರಾತಿನ ಭಾಷಾ ಬಳಕೆಯ ಮತ್ತೊಂದು ವಿಶಿಷ್ಟತೆಯೆಂದರೆ ಕ್ರಿಯಾಪದ ಮತ್ತು ಕ್ರಿಯಾ ವಿಶೇಷಣಗಳನ್ನು ನಾಮಪದಗಳಿಗಿಂತಲೂ ಮೊದಲೇ ಬಳಸಿ ರಚಿಸಿರುವ ವಾಕ್ಯರಚನೆಯು ಕೇಳುಗನಲ್ಲಿ ಹೊಸತನ ಮೂಡಿಸುತ್ತದೆ. ಈ ಜಾಹೀರಾತು ದೃಶ್ಯ ಗೀತೆ ಸಂಗೀತದೊಂದಿಗೆ ವೀಕ್ಷಕನು ಮನಸೂರೆಗೊಳ್ಳುವಂತೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಆದರೆ ಒಂದನೇ ತಾರೀಖಿನಂದು ಮಾತ್ರವೇ ಸಿಹಿ ತಿನ್ನಬೇಕೆ. ಉಳಿದಂತೆ ಬೇಡವೆ ಎಂಬ ಸಂದೇಹ ಯಾರಿಗೂ ಮೂಡುವುದೇ ಇಲ್ಲ.

ದೂರದರ್ಶನದಲ್ಲಿ ಕಂಡುಬರುವ ಲಿಂಗಾಧಾರಿತ ಮತ್ತು ವರ್ಣಆಧಾರಿತ ಜಾಹೀರಾತುಗಳಲ್ಲಿನ ಭಾಷಾಬಳಕೆಯಲ್ಲಿ ಲಿಂಗ ವ್ಯತ್ಯಾಸವನ್ನು ವರ್ಣವ್ಯತ್ಯಾಸವನ್ನು ಕಾಣಬಹುದು. ಕೆಲವು ಉತ್ಪನ್ನ ಮಹಿಳೆಯರಿಗೂ, ಕೆಲವು ಪುರುಷರಿಗೂ ಸೀಮಿತವಾಗಿರುವ ಕಾರಣ ಜಾಹೀರಾತಿನ ಮಂಡನೆಯ ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿಯೂ ಈ ವ್ಯತ್ಯಾಸಗಳನ್ನು ಗಮನಿಸಬಹುದು.

ಉದಾ :

- Knock out ತರಿಸಿ

  ಮೀಟರ್ ತೋರಿಸು

  ಪೌರುಷದ ಸಂಕೇತ.

  ಪವರ್ ಪುಲ್. ಅದೇ ಟೇಸ್ಟ್ ಎಕ್ಸಟ್ರಾ ಧಮ್ !

ಈ ಜಾಹೀರಾತು ಪುರುಷ ಬಳಸುವ ಉತ್ಪನ್ನವೊಂದನ್ನು ಕುರಿತಾದುದು. ಮೀಟರ್, ಪೌರುಷ, ಧಮ್ ಮೊದಲಾದ ಪದಗಳು ಪುರುಷನಿಗೆ ಅಗತ್ಯವಿರುವ ಇರಲೇಬೇಕಾದ ಅಂಶಗಳೆಂದೂ ಅವುಗಳನ್ನು ಪಡೆಯಲು Knock out ಬಳಸಬೇಕೆಂದು ಒತ್ತಡ ತರುತ್ತದೆ.

- ಛೀ ಹುಡುಗಿಯರ ಫೇರ್‌ನೆಸ್ ಕ್ರೀಮ್?

  ಗಂಡಸಾಗಿ ಹುಡುಗಿಯರ ಕ್ರೀಮ್ ಬಳಸಲು ನಾಚಿಕೆ ಆಗಲ್ವ?

  ತಗೋ ಹುಡುಗರ ಕ್ರೀಮ್

  ಫೇರ್ ಅಂಡ್ ಹ್ಯಾಂಡ್‌ಸಮ್

ಈ ಇಡೀ ಜಾಹೀರಾತು ಪುರುಷ ಪ್ರಧಾನವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಚಿಂತನೆಯನ್ನು, ಮೌಲ್ಯಗಳನ್ನು ತನ್ನ ಭಾಷೆಯ ಮೂಲಕ ಮಂಡಿಸಿದೆ. ಹೀಗೆ ಲಿಂಗಾಧಾರಿತವಾದ ಭಾಷಿಕ ಬಳಕೆಯು ಜಾಹೀರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಬಳಕೆದಾರರಿಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಕಂಡುಬರುತ್ತವೆ. ಮಹಿಳೆಯರ ಕುರಿತಾದ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಜಾಹೀರಾತಿನಲ್ಲಿ ಬಳಸುವ ಭಾಷೆಯು ಹೆಚ್ಚು ಸೌಮ್ಯೋಕ್ತಿಗಳಿಂದ ಕೂಡಿರುತ್ತವೆ. ಜೊತೆಗೆ ಪುರುಷ ಪ್ರಧಾನ ಸಮಾಜದ ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ಅಗತ್ಯಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸುವ ಸಲುವಾಗಿ ಮಂಡಿತವಾಗುತ್ತವೆ.

ಜಾಹೀರಾತಿನಲ್ಲಿ ಕಂಡು ಬರುವ ಭಾಷಾ ಬಳಕೆಯಲ್ಲಿ ವರ್ಣ ವ್ಯತ್ಯಾಸದ ಅಂಶಗಳಿರುವುದನ್ನು ನಾವು ಗಮನಿಸಬಹುದು. ಸೌಂದರ್ಯ ವರ್ಧಕ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ತಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನದ ಗುಣ - ಪರಿಣಾಮವನ್ನು ತಿಳಿಸಲು ಬಳಸುವ ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿ ವರ್ಣ ವ್ಯತ್ಯಾಸವನ್ನು ಉಂಟು ಮಾಡುವ ಪದ ಬಳಕೆಯಿರುವುದು ಕಾಣಬಹುದು.

ಉದಾಹರಣೆಗೆ 'ಫೇರ್ ಅಂಡ್ ಲವ್‌ಲೀ'ಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಈ ಜಾಹೀರಾತುಗಳನ್ನು ಗಮನಿಸಿ :

- ಕಪ್ಪಾದ ತ್ವಚೆ ನಿಮ್ಮನ್ನು ಅವಮಾನ ಗೊಳಿಸಿತೇ?
  ಫೇರ್ ಅಂಡ್ ಲವ್‌ಲೀ ಬಳಸಿ
  ಆರು ವಾರಗಳಲ್ಲಿ ಗಮನೀಯ ಮೈಕಾಂತಿ
  ಈಗ ಜಗತ್ತೇ ನಿಮ್ಮ ಹಿಂದೆ, ಯಶಸ್ಸು ನಿಮ್ಮ ಕಿಸೆಯಲ್ಲಿ
- ಫೇರ್ ಅಂಡ್ ಲವ್‌ಲೀ
  ಆರು ವಾರಗಳಲ್ಲಿ ಗೌರವವರ್ಣ ಪಡೆಯಿರಿ.
  ಗಮನೀಯ ಮೈಕಾಂತಿ ನಿಮ್ಮದಾಗಿದೆ.
  ಜಗ ತಲೆ ಬಾಗಿದೆ.

ಈ ಜಾಹೀರಾತುಗಳ ಭಾಷಾ ಬಳಕೆ ಕಪ್ಪು ಬಣ್ಣವನ್ನು ಹೊಂದಿರುವುದು ಅವಮಾನಕರ ಸಂಗತಿಯೆಂದೂ, ಅವಕಾಶದಿಂದ ವಂಚಿತವೆಂದೂ ಮಂಡಿಸುತ್ತವೆ. ಅವರೊಂದಿಗೆ ಬಿಳಿ ಬಣ್ಣವನ್ನು ಗೌರವ ವರ್ಣವೆಂದೂ, ಗೌರವ ವರ್ಣ ಹೊಂದಿದವರಿಗೆ ಇಡೀ ಜಗತ್ತಿನಲ್ಲಿ ಅವಕಾಶಗಳು ತೆರೆಯುತ್ತವೆ. ಜಗತ್ತೇ ಅವರಿಗೆ ತಲೆಬಾಗುತ್ತದೆ ಎಂಬ ನಿಲುವು. ಅಲ್ಲದೆ ಕೇವಲ ಆರು ವಾರಗಳಲ್ಲಿ ಇಂತಹ ಗೌರವ ವರ್ಣ ಪಡೆಯಬಹುದೆಂಬ ಮಂಡನೆಯ ಕ್ರಮವು ಭ್ರಮೆಯೊಂದಿಗೇ ನಂಬಿಕೆಯನ್ನೂ ಮೂಡಿಸಿ ಬಳಸಲು, ಆ ಉತ್ಪನ್ನ ಕೊಳ್ಳಲು ಪ್ರೇರೇಪಿಸುತ್ತದೆ.

ಹಾಗಾಗಿ ಜಾಹೀರಾತುದಾರರು ಜಾಹೀರಾತು ರೂಪಿಸುವಲ್ಲಿ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆಯ ಕಡೆಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಗಮನ ಹರಿಸಬೇಕು. ಕಾರಣ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಸಮಾಜದ ಮೇಲೆ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಮೇಲೆ ಜನರ ಆಲೋಚನೆ, ಅಭಿರುಚಿ ಮೇಲೆ ಪರಿಣಾಮವನ್ನು ಬೀರುತ್ತವೆ. ಒಟ್ಟಾರೆ ದೃಶ್ಯದೊಂದಿಗೆ ಪ್ರಸಾರವಾಗುವ ಜಾಹೀರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆಯ ಕಡೆಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಗಮನಹರಿಸಬೇಕು.

ಒಟ್ಟಾರೆ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಮಹತ್ವದ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸುತ್ತವೆ. ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುವ ವಿವರಣಾತ್ಮಕ, ನಾಟಕೀಯ, ಚಿಂತನಾತ್ಮಕ, ಕಾವ್ಯಾತ್ಮಕ, ಭಾಷಾ ಶೈಲಿಯು ವಿವಿಧ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಅವುಗಳ ಇತಿಮಿತಿಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಮಂಡಿತವಾಗುತ್ತವೆ. ಹೀಗೆ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು, ಜಾಹೀರಾತು ಮತ್ತು ಭಾಷೆ ಈ ಮೂರು ವಿಷಯಗಳು ಪರಸ್ಪರ ಅವಿನಾಭಾವ ಸಂಬಂಧ ಹೊಂದಿದ್ದು ಒಂದರ ಹೊರತಾಗಿ ಮತ್ತೊಂದರ ಅಸ್ಥಿತ್ವ ಅಪೂರ್ಣವೆನಿಸುವಷ್ಟರ ಮಟ್ಟಿಗೆ ಪರಸ್ಪರ ಬೆಸೆದುಕೊಂಡಿದೆ.

ಸಮಾರೋಪ

ಈ ಸಂಪ್ರಬಂಧದಲ್ಲಿ 'ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಮತ್ತು ಭಾಷೆ' ವಿಷಯವನ್ನು ಕುರಿತು ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸಲಾಗಿದೆ. ವಿಸ್ತಾರವಾಗಿ ಬೆಳೆದಿರುವ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಮಹತ್ವದ ಪಾತ್ರವನ್ನು ವಹಿಸುತ್ತಿವೆ. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ತಮ್ಮ ಗುರಿ ಉದ್ದೇಶಗಳ ಈಡೇರಿಕೆಗಾಗಿ ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯನ್ನು ಸಂಪೂರ್ಣ ಅವಲಂಬಿಸಿವೆ. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಮತ್ತು ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯು ಎರಡೂ ಬೇರೆ ಬೇರೆ ವಲಯಗಳಾಗಿದ್ದರೂ ಪರಸ್ಪರ ಸಂಬಂಧ ಹೊಂದಿವೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಮತ್ತು ಭಾಷೆಯ ಅರ್ಥ ಸ್ವರೂಪ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯನ್ನು ಕುರಿತು ಸ್ಥೂಲವಾಗಿ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಗೆ ಒಳಪಡಿಸಲಾಗಿದೆ. ಜೊತೆಗೆ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಮತ್ತು ಭಾಷೆಯ ನಡುವಿನ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ವಿವರಿಸಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಾದ ಪತ್ರಿಕೆ, ರೇಡಿಯೋ, ದೂರದರ್ಶನ ಮತ್ತು ಚಲನಚಿತ್ರಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಂತೆ ಪ್ರತಿಯೊಂದನ್ನು ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮವೂ ವಿಭಿನ್ನ ತಾತ್ವಿಕ ನೆಲೆಗಳಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿರುತ್ತವೆ. ಅವು ತಮ್ಮ ತಾತ್ವಿಕ ನೆಲೆಗಟ್ಟಿಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಭಾಷೆಯನ್ನು ದುಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತವೆ. ವಿವಿಧ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿನ ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆಯನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಲಾಗಿದೆ. ಪತ್ರಿಕೆಗಳು ಬರಹದ ಮೂಲಕ, ರೇಡಿಯೋ ಧ್ವನಿ - ಮಾತಿನ ಮೂಲಕ, ದೂರದರ್ಶನ ಮತ್ತು ಚಲನಚಿತ್ರಗಳು ದೃಶ್ಯ - ಬರಹ - ಮಾತಿನ ಮೂಲಕ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಓದುಗನಿಗೆ, ಕೇಳುಗನಿಗೆ ಮತ್ತು ವೀಕ್ಷಕನಿಗೆ ಒದಗಿಸುತ್ತವೆ. ಈ ರೀತಿ ವಿಷಯವನ್ನು, ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ರವಾನಿಸಲು ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ವಿವಿಧ ಆಯಾಮಗಳನ್ನು ವಿವಿಧ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ವಿವಿಧ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿವೆ. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಕೇಂದ್ರ ಬಿಂದುಗಳಾದ ಓದುಗ, ಕೇಳುಗ ಮತ್ತು ವೀಕ್ಷಕನ ಅಪೇಕ್ಷೆ, ಅಭಿರುಚಿಗಳಿಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಕರ್ತವ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸಬೇಕಾಗಿದೆ. ಹಾಗಾಗಿ ವೈವಿಧ್ಯಮಯವಾದ ಅಪೇಕ್ಷೆಗಳನ್ನು ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ಮೂಲಕವೇ ಈಡೇರಿಸಬೇಕಾಗಿದೆ. ಈ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸಿರುವ ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ಸ್ವರೂಪ ಮಹತ್ವವನ್ನು ವಿವರಿಸಲಾಗಿದೆ. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಹುಟ್ಟು, ಬೆಳವಣಿಗೆ ವಿಕಾಸದೊಂದಿಗೆ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಮತ್ತು ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆಯ ನಡುವಿನ ಸಂಬಂಧ ಮತ್ತು ವಿವಿಧ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿನ ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆಯನ್ನು ಗಮನಿಸುವ ಪ್ರಯತ್ನ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ.

ಪತ್ರಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ದಿನಪತ್ರಿಕೆಗಳು (ವೃತ್ತ ಪತ್ರಿಕೆಗಳು) ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯನ್ನು ಬಳಸುವಲ್ಲಿ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿರುವ ಪ್ರಮುಖ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಗಮನಿಸಲಾಗಿದೆ. ಕಾರಣ ಪತ್ರಿಕಾ ಮಾಧ್ಯಮದಲ್ಲಿ ದಿನಪತ್ರಿಕೆಗಳಲ್ಲಿಯೇ ಕನ್ನಡ

ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆಯ 'ತುರ್ತು' ಕಂಡು ಬರುವುದು. ಹಾಗಾಗಿ ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆಯ ಮೇಲೆ ದಿನ ಪತ್ರಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಕಾಲ ಮತ್ತು ಸಮಯದ ಒತ್ತಡವಿರುವುದರಿಂದ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾದ ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯನ್ನು ಬಳಸುತ್ತಿರುವುದನ್ನು ಗುರುತಿಸಲಾಗಿದೆ. ರೇಡಿಯೋ ಮತ್ತು ದೂರದರ್ಶನಗಳಲ್ಲಿ ಸರ್ಕಾರಿ ಮತ್ತು ಖಾಸಗೀವಾಹಿನಿಗಳಲ್ಲಿ ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ಭಿನ್ನ ಬಳಕೆಯನ್ನು ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಗುರುತಿಸಲಾಗಿದೆ. ಜೊತೆಗೆ ಜನಪ್ರಿಯ ಮಾಧ್ಯಮವಾಗಿರುವ ಚಲನಚಿತ್ರವೂ ಕೂಡಾ ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆಯಲ್ಲಿ ಮಹತ್ವದ ಪಾತ್ರವನ್ನು ವಹಿಸುತ್ತಿವೆ. ಚಲನಚಿತ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಶೀರ್ಷಿಕೆ ಮತ್ತು ಹಾಡುಗಳಲ್ಲಿನ ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆ ಬಳಕೆಯನ್ನು ಕುರಿತಂತೆ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ. ಪತ್ರಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ದಿನಪತ್ರಿಕೆಗಳಿಗೂ ಮತ್ತು ಚಲನಚಿತ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಅವುಗಳ ಶೀರ್ಷಿಕೆ ಹಾಗೂ ಹಾಡುಗಳಿಗೆ ಮಾತ್ರ ಸೀಮಿತಗೊಂಡಂತೆ ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆಯನ್ನು ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ.

ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಮತ್ತು ಭಾಷೆ ಎರಡೂ ಕೂಡಾ ಭಿನ್ನ ನೆಲೆಗಳು. ಅವುಗಳು ಪರಸ್ಪರ ಅವಿನಾಭಾವ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಹೊಂದಿ ಒಂದರೊಳಗೊಂದು ಬೆಸೆದುಕೊಂಡಿವೆ. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯನ್ನು, ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ವಲಯವನ್ನು ಪ್ರಭಾವಿಸುತ್ತಿದೆ. ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಮತ್ತು ಮಾಹಿತಿ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದಲ್ಲಿನ ಬೆಳವಣಿಗೆಯು ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮದ ಜೊತೆಗೆ ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ಮೇಲೂ ಪರಿಣಾಮವನ್ನು ಉಂಟುಮಾಡುತ್ತಿದೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆಯು ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಕಂಡು ಬರುತ್ತಿರುವ ಕಡೆಗೆ ಗಮನಹರಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಜನರು ಬಳಸುತ್ತಿರುವ ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯೇ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಭಾಷೆಯಾಗಿದ್ದು, ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮದ ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯೇ ಜನಸಾಮಾನ್ಯರ ಭಾಷೆಯಾಗಿದೆ. ಎರಡೂ ಒಂದನ್ನೊಂದು ಪ್ರಭಾವಿಸುತ್ತಿದೆ. ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿ ಕಂಡು ಬರುತ್ತಿರುವ ಭಾಷಿಕ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಲಾಗಿದೆ. ಕನ್ನಡ ಭಾಷಿಕ ವಲಯದ ಮೇಲಾಗುತ್ತಿರುವ ಬೇರೆ ಬೇರೆ ಭಾಷಿಕ ಸಂಪರ್ಕದಿಂದ ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ಮೇಲಾಗಿರುವ ಪಲ್ಲಟಗಳು, ಬದಲಾವಣೆಗಳು ಆಧುನೀಕರಣ ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯು ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಕಂಡು ಬರುತ್ತಿರುವುದನ್ನು ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ ಗಮನಿಸಲಾಗಿದೆ. ಅಲ್ಲದೆ ಈ ರೀತಿಯ ಭಾಷಿಕ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳು ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿ ಉಂಟಾಗುತ್ತಿರುವಲ್ಲಿ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ವಹಿಸುತ್ತಿರುವ ಪಾತ್ರವನ್ನೂ ಗಮನಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಿಂದ ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯು ವ್ಯಾಪಕವಾದ ಪ್ರಸಾರ, ಪ್ರಚಾರ ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯನ್ನು ತಮ್ಮ ಅಗತ್ಯ - ಅನಿವಾರ್ಯತೆಗಳಿಗೆ ತಕ್ಕಂತೆ ದುಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿವೆ. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ಸ್ವರೂಪವನ್ನು, ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯು ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಸ್ವರೂಪ ಮತ್ತು ಪ್ರಸಾರವನ್ನು ನಿಯಂತ್ರಿಸುತ್ತಿವೆ. ಬದಲಾಗುತ್ತಿರುವ ಸಂದರ್ಭ ಸನ್ನಿವೇಶಕ್ಕೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕಾದ ಜವಾಬ್ದಾರಿ ಮತ್ತು ಅರಿವು ಮಾಧ್ಯಮಗಳಿಗೆ ಅಗತ್ಯವಾಗಿ ಇರಬೇಕಿದೆ. ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯದ ಬಳಕೆಯಿಂದ ಮಾತ್ರವೇ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಯಶಸ್ಸು ಸಾಧಿಸಲು ಕಾರಣ. ಅವುಗಳ ಆಕರ್ಷಣೆ ಮತ್ತು ಜನಪ್ರಿಯತೆಯು ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆಯನ್ನೇ ಆಧರಿಸಿದೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿ ಉಂಟಾಗುತ್ತಿರುವ ಬದಲಾವಣೆಗೆ ಹೊಂದಿಕೊಂಡು ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿರುವ ಬಗೆಯನ್ನು ಈ ಸಂಪ್ರಬಂಧದಲ್ಲಿ ಸೋದಾಹರಣವಾಗಿ ವಿವರಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ಆಧುನೀಕರಣ ಮತ್ತು ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳು ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಕಂಡುಬರುತ್ತಿರುವ ಬಗೆಯನ್ನು ಹಾಗೂ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಪಾತ್ರವನ್ನು ಗಮನಿಸಲಾಗಿದೆ. ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿನ ನವಪದ ನಿರ್ಮಾಣ, ಶಬ್ದಕೋಶ ವಿಸ್ತರಣೆ, ಭಾಷಾ ಸ್ವೀಕರಣ, ನುಡಿಮಿಶ್ರಣ, ನುಡಿಪಲ್ಲಟ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಹಾಗೂ ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆಯಲ್ಲಿ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ವಹಿಸುವ ಪಾತ್ರವನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಲಾಗಿದೆ. ರೇಡಿಯೋ, ದೂರದರ್ಶನ ಮತ್ತು ಚಲನಚಿತ್ರಗಳಲ್ಲಿ ನುಡಿಮಿಶ್ರಣ, ನುಡಿಪಲ್ಲಟದಂತಹ ಭಾಷಿಕ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳು ಯಥೇಚ್ಛವಾಗಿ ಕಂಡುಬರುತ್ತವೆ. ಪತ್ರಿಕೆಗಳು ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣಗೊಂಡ ಭಾಷೆಯ ರೂಪ, ನವಪದ ನಿರ್ಮಾಣ, ಶಬ್ದಕೋಶದ ವಿಸ್ತರಣೆಯಂತಹ ಭಾಷಿಕ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳು ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ಕಂಡುಬರುತ್ತಿರುವುದನ್ನು ಗಮನಿಸಲಾಗಿದೆ. ರೇಡಿಯೋ ಮತ್ತು ದೂರದರ್ಶನದ ಸರ್ಕಾರಿ ವಾಹಿನಿಗಳಲ್ಲಿನ ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆ, ಖಾಸಗೀ ವಾಹಿನಿಗಳಲ್ಲಿ ಕಂಡುಬರುತ್ತಿರುವ ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ಆಧುನೀಕರಣ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯು ಸಾಮಾಜಿಕವಾಗಿ, ಮತ್ತು ಪ್ರಾದೇಶಿಕವಾಗಿ ವೈವಿಧ್ಯತೆ ಹೊಂದಿದ್ದು, ಕನ್ನಡ ನಾಡಿನಾದ್ಯಂತ ತನ್ನ ಸ್ವರೂಪವನ್ನು ಕಾಯ್ದಿರಿಸಿಕೊಂಡು ಬಳಕೆಯಾಗುತ್ತಿರುವ ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣ ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಬಳಕೆಯಾಗುವುದನ್ನು ಗುರುತಿಸಲಾಗಿದೆ. ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ಪ್ರಮಾಣೀಕೃತ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆಯಲ್ಲಿನ ವ್ಯಾಪ್ತಿ ಮತ್ತು ಮಿತಿಗಳನ್ನು ಈ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ವಿವರಿಸಲಾಗಿದೆ. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ರೂಢಿಸಿಕೊಂಡಿರುವ ಅತ್ತ ಆಡುಭಾಷೆಯೂ ಅಲ್ಲದ ಇತ್ತ ತೀರಾ ಗ್ರಂಥಸ್ಥವೂ ಅಲ್ಲದ ಭಾಷೆಯ ಸ್ವರೂಪದಿಂದ ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಭಾಷಾ ಭಿನ್ನತೆ ಗೌಣವಾಗಿ ಎಲ್ಲ ಜನರಿಗೂ ಅರ್ಥವಾಗುವಂತಾ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆಯನ್ನು ವಿವರಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳನ್ನು ಪ್ರಭಾವಿಸುತ್ತಿರುವ ಮಹತ್ವದ ಅಂಶಗಳಲ್ಲಿ ಒಂದು. ಜಾಹೀರಾತುಗಳಿಲ್ಲದೆ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಅಸ್ತಿತ್ವವೇ ಇಲ್ಲ. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಸ್ವರೂಪ, ಪ್ರಸಾರ, ಪ್ರಚಾರ ಮತ್ತು ಜನಪ್ರಿಯತೆ ಅಡಗಿರುವುದು ಜಾಹೀರಾತಿನ ಬಳಕೆಯಲ್ಲಿಯೇ. ಜಾಹೀರಾತು - ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮ ಮತ್ತು ಭಾಷೆಯು ಪರಸ್ಪರ ಸಂಬಂಧ ಹೊಂದಿರುವ ನೆಲೆಗಳು. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮೂಲಕ ಪ್ರಸಾರವಾಗಿ ಪ್ರಚಾರಪಡೆಯುವ ಜಾಹೀರಾತುಗಳಲ್ಲಿನ ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆ ಕಡೆಗೆ ಈ ನಿಬಂಧದಲ್ಲಿ ಗಮನಹರಿಸಲಾಗಿದೆ. ವಿವಿಧ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ತಮ್ಮ ತಾತ್ವಿಕತೆಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಜಾಹೀರಾತುಗಳನ್ನು ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡುತ್ತವೆ. ಹೀಗೆ ಜಾಹೀರಾತಿನ ಪ್ರಸಾರ ಯಶಸ್ವಿಯಾಗಬೇಕಾದರೆ, ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ತಲುಪಬೇಕಾದರೆ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಮತ್ತು ಅವುಗಳು ಬಳಸುವ ಭಾಷೆಯು ಮುಖ್ಯವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಜಾಹೀರಾತು ಮತ್ತು ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ನಡುವಿನ ಸಂಬಂಧ. ಜಾಹೀರಾತು ಮತ್ತು ಭಾಷೆಯ ನಡುವಿನ ಸಂಬಂಧ ಹಾಗೂ ವಿವಿಧ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಸಾರವಾಗುವ ಜಾಹೀರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆಯನ್ನು ಕುರಿತು ವಿವೇಚಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಒಟ್ಟಾರೆಯಾಗಿ 'ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಮತ್ತು ಭಾಷೆ' ಸಂಪ್ರಬಂಧವು ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆ ಮತ್ತು ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮದ ನಡುವಿನ ಸಂಬಂಧ, ಸ್ವರೂಪ ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ಬೆಳವಣಿಗೆಯಲ್ಲಿ, ಬದಲಾವಣೆಯಲ್ಲಿ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ವಹಿಸುತ್ತಿರುವ ಪಾತ್ರ, ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಜನಪ್ರಿಯತೆಗೆ ಯಶಸ್ಸಿಗೆ ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ

ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾದ ಬಳಕೆಯನ್ನು ವಿವರಿಸುವ ಪ್ರಯತ್ನ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ. ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿ ಆಧುನೀಕರಣ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯು ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ಕಂಡು ಬರುತ್ತಿರುವಲ್ಲಿ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಪಾತ್ರ ಹಿರಿದಾದುದು. ಅಲ್ಲದೆ ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ಬಳಕೆಯಲ್ಲಿ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ನಿರ್ವಹಿಸಬೇಕಾದ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯುತ ಪಾತ್ರವನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ ಒಳಪಡಿಸಲಾಗಿದೆ. ಈ ಸಂಪ್ರಬಂಧದಲ್ಲಿ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಮತ್ತು ಭಾಷೆ ವಿಷಯವನ್ನು ಕುರಿತಂತೆ ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯನ್ನು ಆಧರಿಸಿದಂತೆ ವಿವಿಧ ಆಯಾಮಗಳಲ್ಲಿ ಅಧ್ಯಯನಕ್ಕೆ ಒಳಪಡಿಸಲಾಗಿದೆ. ಈ ಅಧ್ಯಯನವು ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆ ಬಳಕೆಯನ್ನು ಸ್ಥೂಲವಾಗಿ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಗೆ ಒಳಪಡಿಸಲಾಗಿದೆ. ಈ ಸಂಪ್ರಬಂಧದ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರತೀ ಅಂಶವೂ ಆಳವಾದ, ಸೂಕ್ಷ್ಮವಾದಂತಹ ಅಧ್ಯಯನವನ್ನು ಅಪೇಕ್ಷಿಸುವುದರಿಂದ ಈ ಸಂಪ್ರಬಂಧದ ಅಧ್ಯಯನವನ್ನು ಮುಂದುವರೆಸಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಪರಾಮರ್ಶನ ಗ್ರಂಥ

೧. ಆಧುನಿಕ ಸಂವಹನ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಮತ್ತು ಕನ್ನಡ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ, ಡಾ. ಟಿ.ಸಿ. ಪೂರ್ಣಿಮಾ, ಪ್ರಸಾರಾಂಗ, ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ, ಹಂಪಿ, ೨೦೦೩.

೨. ಇಂದಿನ ಕನ್ನಡ : ರಚನೆ ಮತ್ತು ಬಳಕೆ, ಎಸ್.ಎನ್. ಶ್ರೀಧರ್, ಅಭಿನವ ಪ್ರಕಾಶನ, ಬೆಂಗಳೂರು ೨೦೦೯.

೩. ಇ-ಮಾಧ್ಯಮ ಮತ್ತು ಕನ್ನಡ ಸಾಹಿತ್ಯ (ಅಪ್ರಕಟಿತ ಪಿ.ಹೆಚ್‌ಡಿ. ಪ್ರಬಂಧ) ಸಂಶೋಧಕರು ಮೈ.ಸಿ. ಪಾಟೀಲ್, ಮಾರ್ಗದರ್ಶಕರು ಡಾ. ಸುರೇಶ್ ಪಾಟೀಲ್, ಕನ್ನಡ ವಿಭಾಗ ಮುಖ್ಯಸ್ಥರು, ಎ.ಪಿ.ಎಸ್. ಕಾಲೇಜು, ಬೆಂಗಳೂರು.

೪. ಎರವಲು ಪದಕೋಶ, ಪ್ರೊ. ಜಿ. ವೆಂಕಟಸುಬ್ಬಯ್ಯ, ನವ ಕರ್ನಾಟಕ ಪಬ್ಲಿಕೇಷನ್ಸ್, ಬೆಂಗಳೂರು, ೧೯೯೮.

೫. ಕನ್ನಡ ಜಗತ್ತು : ಅರ್ಧ ಶತಮಾನ, ಕೆ.ವಿ. ನಾರಾಯಣ, ಪ್ರಸಾರಾಂಗ, ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ, ಹಂಪಿ, ೨೦೦೭.

೬. ಕನ್ನಡ ಅಧ್ಯಯನ, ಸಂಪುಟ ೧೨, ಸಂಚಿಕೆ ೧, ಸಂ. ಪ್ರೊ. ಎ.ವಿ. ನಾವಡ, ಪ್ರಸಾರಾಂಗ, ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ, ಹಂಪಿ, ೨೦೦೬.

೭. ಕನ್ನಡ ಅಧ್ಯಯನ, ಸಂಪುಟ ೧, ಸಂಚಿಕೆ ೨, ಸಂ. ಹೆಚ್.ಎಸ್. ರಾಘವೇಂದ್ರ ರಾವ್, ಪ್ರಸಾರಾಂಗ, ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ, ಹಂಪಿ, ೧೯೯೪.

೮. ಕನ್ನಡ ಸಾಹಿತ್ಯ ಮತ್ತು ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮ, ಸಂ. ಡಾ. ರಂಗರಾಜ ವನದುರ್ಗ, ಕರ್ನಾಟಕ ಸಾಹಿತ್ಯ ಅಕಾಡೆಮಿ, ಬೆಂಗಳೂರು, ೨೦೦೬.

೯. ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಯ ಚರಿತ್ರೆ, ಎಂ.ಎಚ್. ಕೃಷ್ಣಯ್ಯ, ಅಂಕಿತ ಪುಸ್ತಕ ಪ್ರಕಾಶನ, ಬೆಂಗಳೂರು, ೧೯೯೦.

೧೦. ಕನ್ನಡ ಪ್ರಜ್ಞೆ, ಪ್ರೊ. ಬರಗೂರು ರಾಮಚಂದ್ರಪ್ಪ, ಪ್ರಸಾರಾಂಗ, ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ, ಹಂಪಿ, ೨೦೦೭.

೧೧. ಕನ್ನಡ ಶಬ್ದರಚನೆ, ಡಿ.ಎನ್. ಶಂಕರ್‌ಭಟ್, ಕನ್ನಡ ಸಂಘ, ಕ್ರೈಸ್ಟ್ ಕಾಲೇಜು, ಬೆಂಗಳೂರು, ೧೯೯೯.

೧೨. ಕನ್ನಡ : ರಚನೆ ಮತ್ತು ಬಳಕೆ, ಡಾ. ಕೃಷ್ಣ ಪರಮೇಶ್ವರ ಭಟ್ಟ, ಡಾ. ಸಿ. ನಾಗಭೂಷಣ, ಪ್ರಸಾರಾಂಗ, ಬೆಂಗಳೂರು ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ, ಬೆಂಗಳೂರು, ೨೦೦೫.

೧೩. ಕನ್ನಡ ಭಾಷಾಭಿವೃದ್ಧಿ : ಸಾಧನೆ ಮತ್ತು ಮುನ್ನೋಟ, ಸಂ. ಕೆ.ವಿ. ನಾರಾಯಣ, ಪ್ರಸಾರಾಂಗ, ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ, ಹಂಪಿ, ೧೯೯೯.

೧೪. ಕನ್ನಡ ಭಾಷಾ ಲೋಚನ, ಡಾ. ಸಿ.ಎನ್. ರಾಮಚಂದ್ರಪ್ಪ, ಮಾಂಗಿರಿ ಪ್ರಕಾಶನ, ಮೈಸೂರು, ೧೯೯೯.

೧೫. ಡೆಡ್‌ಲೈನ್ ವೀರರ ಕಥೆಗಳು (ಪತ್ರಿಕಾರಂಗ ಕುರಿತ ಲೇಖನಗಳು) ಸಂ. ಡಿ. ಯಶೋಧ, ಮಿತ್ರ ಮಾಧ್ಯಮ ಪ್ರಕಾಶಕರು, ಬೆಂಗಳೂರು, ೧೯೯೦.

೧೬. ದಿನದಿನ, ಸಂ. ಕೆ.ವಿ. ನಾರಾಯಣ, ಬಿ. ಸುಜ್ಞಾನಮೂರ್ತಿ, ಅಶೋಕ ಕುಮಾರ ರಂಜೇಶ, ಪ್ರಸಾರಾಂಗ, ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ, ಹಂಪಿ, ೧೯೯೫.

೧೭. ನಮ್ಮ ಕನ್ನಡ, ಸಂಚಿಕೆ ೫೦, ಸಂ. ಕೆ.ವಿ. ನಾರಾಯಣ, ಕನ್ನಡ ಭಾಷಾಭಿವೃದ್ಧಿ ವಿಭಾಗ, ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ, ಹಂಪಿ, ೨೦೦೧.

೧೮. ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮ ಕೈಪಿಡಿ, ವಿ. ಆನಂದಮೂರ್ತಿ, ವೀರಾ ಪ್ರಕಾಶನ, ಮೈಸೂರು, ೧೯೯೪.

೧೯. ಭಾಷೆ : ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ ವಿಶ್ವಕೋಶ, ಸಂ. ಕೆ.ವಿ. ನಾರಾಯಣ, ಪ್ರಸಾರಾಂಗ, ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ, ಹಂಪಿ, ೨೦೦೭.

೨೦. ಭಾಷಾ ವಿಜ್ಞಾನ ಪರಿಚಯ, ಡಾ. ಕೆ. ಕೆಂಪೇಗೌಡ, ನವಭಾರತೀ ಪ್ರಕಾಶನ, ಮೈಸೂರು, ೨೦೦೫.

೨೧. ಭಾಷೆಯ ಸುತ್ತ ಮುತ್ತ, ಕೆ.ವಿ. ನಾರಾಯಣ, ಕನ್ನಡ ಸಂಘ, ಕ್ರೈಸ್ತ ಕಾಲೇಜು, ಬೆಂಗಳೂರು, ೧೯೯೮.

೨೨. ಭಾಷಾಂತರ ಸೌರಭ, ಡಾ. ಲ.ನಾ. ನಾರಾಯಣ ಅರೋರ, ಸ್ವಾತಿ ಪ್ರಕಾಶನ, ಮೈಸೂರು, ೧೯೯೫.

೨೩. ಭಾಷೆ ಮತ್ತು ಅಶಾಬ್ದಿಕ ಸಂವಹನ, ಡಾ. ಸಾಂಬಮೂರ್ತಿ.

೨೪. ಸಂವಹನ ಕನ್ನಡ, ಡಾ. ಡಿ.ವಿ. ಪರಮಶಿವಮೂರ್ತಿ, ಕನ್ನಡ ಸಾಹಿತ್ಯ ಪರಿಷತ್ತು, ಬೆಂಗಳೂರು, ೨೦೦೭.

೨೫. How to get a 2:1 in Media, Communication and cultural studies, Noel Willams, Sags Publication Ltd., London, 2004